

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam pemilihan produk untuk digunakan atau dikonsumsi (Prayuana dan Andjarwati, 2013). Persaingan yang semakin ketat ini disebabkan karena banyak bermunculan perusahaan baru sehingga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memenuhi apa yang diharapkan dengan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaingnya. Pada hakekatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*).

Dalam pendekatan total kualitas manajemen, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses, maka organisasi

dapat menyadari dan menghargai kualitas. Tjiptono (2012), mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2012).

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan harus diperhatikan agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan pelanggan menjadi setia. Untuk itu agar dapat memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2018). Sedangkan menurut Rangkuti (2011), mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.

Demikian halnya pada Toko Bangunan Mulyo Rejo di Seyegan Sleman Yogyakarta yang menyadari bahwa keberhasilan suatu perusahaan harus didukung oleh harga dan pelayanan yang baik sesuai harapan pelanggan. Untuk mempertahankan pelanggan, maka pihak pengelola Toko Bangunan Mulyo Rejo harus selalu tanggap dan cermat terhadap kepuasan pelanggannya. Hal ini disebabkan kepuasan pelanggan akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang, karena konsumen yang puas akan tetap melakukan pembelian bahan-bahan bangunan di Toko Mulyo Rejo, sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat tetap berlangsung dan tujuan perusahaan untuk mencari laba dapat tercapai.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ranto, 2015), (Merdian, 2007), dan (Harni & Sofiyah, 2013) menyatakan dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa variabel *tangible*, *reliability*, dan *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pravitasari, 2013) menyatakan bahwa semua variabel yang diteliti menyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas yang menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian ini mencoba mengkaji ulang dan memperdalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari latar belakang yang telah diuraikan dan hasil penelitian berkaitan dengan kepuasan konsumen yang beraneka ragam, maka peneliti terdorong untuk

melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta?
2. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta?
4. Apakah *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta?
5. Apakah *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah pada:

1. Faktor *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.
2. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Maret 2019.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh *empathy* terhadap kepuasan konsumen di Toko Bangunan Mulyo Rejo Sleman Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat bagi peneliti

Merupakan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan pemasaran.

2. Manfaat bagi STIM YKPN

Dapat menambah referensi skripsi di perpustakaan STIM YKPN tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan yang bermanfaat bagi mahasiswa STIM YKPN jenjang strata 1 pada khususnya dalam bidang pemasaran.

3. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.