BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini dalam kehidupan yang semakin komplek, akan disertai dengan adanya banyak kebutuhan informasi yang semakin beraneka ragam.Untuk memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam itu, manusia akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhannya selalu terpenuhi, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi dirinya sendiri.

Konsumen yang membutuhkan suatu produk, akan melakukan pilihan-pilihan terhadap atribut-atribut produk yang sesuai dengan keinginannya. Dengan demikian, produsen harus mampu membaca keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan suatu produk yang dapat memuaskan konsumen secara maksimal.

Dewasa ini dunia komunikasi mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat yang ditandai dengan banyak bermunculan produk telepon selular (ponsel) yang ada dipasar, ponsel merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam rangka untuk mengetahui informasi. Adanya berbagai jenis produk ponsel yang ditawarkan warna, ukuran dan model, corak dan produk inovatif akan memungkinkan bertambahnya persaingan dalam pemasaran barang jenis elektronik yang ada selama ini. Perusahaan harus mampu berproduksi dan menawarkan suatu citra dan kepuasan tertentu bagi konsumen dalam lingkup sosial ekonomi agar tetap terjaga keberadaan perusahaan dalam

memenuhi pasar sasaran yang diinginkan serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan

Dari sekian banyak perusahaan yang memproduksi berbagai macam jenis merk telepon seluler di Indonesia (NOKIA, SIEMENS, SAMSUNG, SONY ERICSSON) merupakan yang aktif dalam menjalankan strategi-strategi persaingan. Wujud dari aktifnya perusahaan dalam menjalankan strategi persaingan dapat dilihat dari begitu gencarnya pihak perusahaan dalam mempromosikan produknya. Dalam berpromosi perusahaan menggunakan berbagai macam media, misalnya dimedia televisi, radio, surat kabar, majalah dan lain sebagainya, sehingga masyarakat mengetahui jenis ponsel terbaru serta kualitas ponsel tersebut. Hal tersebut membuat perusahaan mampu bertahan di pasar yang penuh dengan persaingan dan ancaman produk-produk baru, dikarenakan perusahaan yang memproduksi ponsel merk (NOKIA, SIEMENS, SAMSUNG,SONY ERICSSON) tersebut menerapkan strategi *positioning* dan mempertahankan serta memanjakan konsumen dengan inovasi produk yang selalu berubah tiap bulannya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan *Counter Million Cell* dalam bertahan seiring dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan atau produsen ponsel dapat sejalan dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan kami *(Counter Million Cell)*. Di Jogjakarta banyak sekali counter-counter yang bersaing memperebutkan konsumen, sehingga membuat perusahaan harus memiliki strategi bersaing dalam memperebutkan konsumen. Salah satu strategi menarik dan mempertahankan pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan

kemampuan profesionalisme pegawai (karyawan) dan menambah sarana kerja, sehingga dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Agar pelanggan mendapat kepuasan maka kualitas pelanggan perlu ditingkatkan.

Kepuasan pelanggan merupakan target ideal bagi perusahaan *(Counter Million Cell)* agar usahanya tetap *survive* dan memenangkan di dalam persaingan untuk mendapatkan *market share.*

Terjadinya sikap pelanggan terhadap suatu produk akan diawali dengan melihat, mendengar dan merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kegiatan yang dilakukan konsumen ditentukan oleh pemikiran dan tindakan. Dengan mengkaji kualitas pelayanan dan sikap konsumen, perusahaan akan mampu membaca keinginan dan kebutuhan konsumen, dengan begitu perusahaan dapat memberikan pelayanaan yang lebih baik sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **" Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Counter Million Cell* di Ramai Mall Yogyakarta".**

B. Batasan Masalah

Karena penelitian ini berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen maka sebagai batasan masalah diperoleh berdasarkan lima aspek kepuasan konsumen yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* (Kompas, 2003).

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini terfokus pada:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap kepuasan konsumen secara parsial di *Counter Million Cell* Ramai Mall Yogyakarta.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap kepuasan konsumen secara serentak di *Counter Million Cell* Ramai Mall Yogyakarta.
3. Diantara faktor-faktor tersebut, faktor apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap kepuasan konsumen secara parsial di *Counter Million Cell* Ramai Mall Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* terhadap kepuasan konsumen secara serentak di *Counter Million Cell* Ramai Mall

3. Untuk menganalisis variabel apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

   Menambah pengetahuan dunia praktik yang berkaitan dengan pemasaran melalui analisa kepuasan konsumen dan untuk membuktikan kebenaran teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kejadian-kejadian yang sebenarnya dilapangan.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai masukan,terutama masalah pemasaran dan kepuasan konsumen pada khususnya sehingga bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan dimasa mendatang.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi