

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, keinginan manusia juga meningkat seiring dengan perkembangan teknologi tersebut. Sehingga mendorong perusahaan berlomba-lomba atau bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Dengan demikian mendorong perusahaan untuk berusaha melayani konsumen sesuai dengan selera yang diinginkan. Perusahaan juga harus menyadari bahwa titik tolak pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga sasaran yang penting bagi perusahaan adalah memenuhi kebutuhan konsumen.

Toko Eastside yang bergerak di bidang fashion, telah memiliki segmentasi pasar tersendiri. Toko Eastside menyediakan berbagai jenis produk garment atau fashion baik merk dalam negeri maupun luar negeri. Usaha fashion di Indonesia khususnya di Yogyakarta telah berkembang pesat sehingga memerlukan strategi tersendiri dalam meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Toko Fashion Eastside termasuk toko cukup berkembang di daerah Yogyakarta, hal ini didukung adanya kualitas pelayanan yang diberikan mempunyai nilai lebih. Hal ini tidak lepas dari pandangan pemilik toko atau manajemen toko yang memandang konsumen sebagai raja yang harus dilayani. Sebagai upaya pemertahanan modalitas ini, maka

bisnis kombinasi antara strategi *ofensif* yaitu strategi untuk mencari konsumen baru untuk meningkatkan pangsa pasar dan strategi *defensif* yaitu strategi untuk mengikat pelanggan agar tidak beralih ke perusahaan yang lain. Untuk mencapai tujuannya maka perusahaan harus mampu menjalankan konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan berpegang pada asumsi bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan permintaan dari pasar sasaran serta memberikan keputusan yang diharapkan dengan cara lebih efektif dan efisien dari para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat menjamin kepuasan konsumen dan masyarakat (Philip Kotler, 1990 : 43)

Kualitas pelayanan menurut pemakai produk meliputi tanggapan, kemampuan, keramahan, kerendahan hati dan kesungguhan para karyawan perusahaan dalam melayani. Menurut pihak perusahaan meliputi pelayanan produk harus sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi, standar pelayanan dan standar profesi. Dari segi pembiayaan kualitas pelayanan terkait pada segi-segi efisiensi pemakaian sumber dan dana kewajaran pembiayaan. Di lain pihak kualitas pelayanan adalah sebagai produk akhir dari ketergantungan yang rumit dari aspek struktur (kewajaran, kualitas, biaya), aspek proses (relevansinya, efektivitas, kualitas, efisiensi) dan aspek keluaran (segera, jangka panjang) (Sumartini Imam, 1998 : 6).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan persepsi antara

pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima dan dirasakan oleh konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kualitas pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, akan kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara efisien dan konsisten.

Kepuasan konsumen dapat juga diartikan sebagai suatu sikap konsumen, yakni berapa derajat kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap pelayanan yang pernah dirasakan. Oleh karena itu perilaku konsumen dapat juga sebagai model perilaku pembeli. Hal ini penting bagi pemasaran untuk peningkatan pengguna jasa berulang. Bagaimanapun kepuasan dan kesetiaan pelanggan sebagai pengguna akhir pelayanan adalah unsur pokok di antara kepuasan dan kesetiaan lainnya.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut di atas maka penulis dalam menyusun skripsi ini mengajukan judul yaitu : **“ANALISIS PENGARUH KECEPATAN PELAYANAN, KERAMAHAN PELAYANAN DAN FASILITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Toko Fastside II Wongsari Km 10 Yogyakarta)”**

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah, agar penelitian terarah dan tidak terlalu luas, penulis yang sangat terbatas. Penulis membatasi permasalahan ini adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan terhadap pelayanan Toko Fashion Eastside Jl Wonosari Km 10 Yogyakarta.
2. Dimensi pelayanan yang diteliti adalah kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan dan fasilitas pelayanan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan alasan-alasan yang telah dijabarkan serta berdasarkan judul di atas, yang menjadi pokok permasalahan penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan dan fasilitas pelayanan secara serentak terhadap kepuasan konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan dan fasilitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan dan fasilitas pelayanan secara serentak

2. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan dan fasilitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan mengadakan penelitian tersebut, dapat diperbandingkan antara teori-teori yang penulis terima selama kuliah dengan kenyataan yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi perusahaan dalam rangka usahanya untuk pengambilan keputusan strategi pemasaran.

3. Bagi Akademisi

Selama bahan yang ada referensi dalam ...