

BAB I

PENDAHULIAN

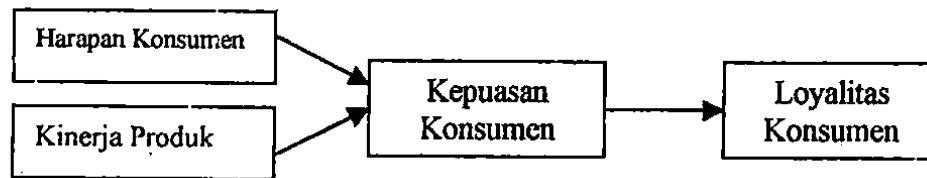
A. Latar Belakang Masalah

Ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang telah mempengaruhi perubahan perilaku konsumen. Konsumen akan menjadi tahu akan harapan yang bisa didapatkan dari suatu pelayanan yang akan diberikan oleh penyedia produk. Hal seperti inilah yang membuat manajer suatu perusahaan harus berfikir dua kali dalam setiap langkahnya. Selain berfikir mencari keuntungan sebesar-besarnya, manajer harus mampu memuaskan setiap konsumen, agar konsumen tidak akan lari.

Fokus perhatian suatu perusahaan tidak lagi terbatas pada produk yang dihasilkan saja, akan tetapi juga aspek proses, sumber daya manusia, dan lingkungan sekitar. Saat ini sebagai kunci pokok untuk meningkatkan daya saing perusahaan adalah kualitas. Berkualitas untuk mencapai kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan agar perusahaan dapat terus disenangi oleh konsumennya serta mampu mengatasi persaingan yang semakin ketat, hal ini juga harus dilakukan pada usaha dalam bidang jasa.

Kepuasan konsumen atau *customer satisfaction* merupakan perasaan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk baik itu barang ataupun jasa, setelah dia membandingkan antara harapan sebelum melakukan konsumsi

dengan kinerja produk. Adapun sekema harapan konsumen, kinerja produk, dan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:



Sebuah usaha dalam bidang jasa memerlukan adanya sistem yang melibatkan konsumen atau pelanggan, agar setiap usaha yang dijalankan sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan. Langkah yang dilakukan perusahaan adalah melakukan penilaian kualitas yang didasarkan atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empaty*. Dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan industri yang diteliti untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penelitian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Pentingnya kualitas pelayanan bagi suatu usaha yang bergerak dibidang jasa membuat peneliti tertarik untuk mengangkatnya menjadi sebuah topik penelitian. Bidang usaha yang akan diteliti adalah sebuah warung internet.

Sejalan dengan kebutuhan manusia akan alat komunikasi, teknologi informasi dewasa ini berkembang sangat cepat. Hampir setiap tahun manusia mencintakan atau mengembangkan alat komunikasi yang semakin canggih

praktis serta murah untuk difungsikan. Contoh dari alat komunikasi yang canggih, praktis serta murah adalah televisi, hand phone, komputer, dan internet.

Internet diterjemahkan secara bahasa adalah *international networking* adalah jutaan komputer di seluruh dunia yang saling terhubung dari komputer rumah, wartel, sampai komputer canggih perusahaan besar yang digunakan bersama dalam koneksi jaringan. Informasi yang dimilikinya adalah berupa data-data digital berbentuk teks, suara, gambar diam, gambar bergerak, atau gabungannya. Sehingga akses informasi di internet bukan hanya teks dan gambar tapi juga audio dan video. Akses ke jaringan internet memerlukan beberapa perangkat, yaitu satu unit komputer, modem, dan saluran telepon. Modem berfungsi menyambungkan komputer ke internet melalui saluran telepon ke komputer lain. Saluran telepon berfungsi untuk menghubungkan komputer ke nomer telepon yang disediakan perusahaan penyedia jasa internet atau *internet service provider (ISP)* agar kita dapat masuk ke internet dan mengunjungi wabesite yang diinginkan. Selain melalui saluran telepon rumah, ada juga ISP yang menyediakan sarana akses internet melalui satelit, saluran televisi, saluran seluler dan bahkan sekarang dikembangkan melalui saluran listrik. Perangkat lain yang perlu dipasang dan terinstal di komputer adalah *browser*. Browser yaitu program perangkat lunak atau *software* komputer yang digunakan untuk akses website internet. Browser yang populer adalah

Internet Explorer milik Microsoft

Internet telah mampu menggantikan alat fax menjadi email dan brosur menjadi website. Selain itu internet telah memberikan kemudahan bagi manusia untuk saling bertukar informasi antar pulau bahkan antar benua secara cepat dan akurat, namun tidak semua pengguna jasa internet memiliki kemampuan untuk memiliki sebuah perangkat internet secara pribadi. Hal inilah yang menjadi alasan pelaku bisnis untuk membuka jasa warung internet atau lebih dikenal dengan sebutan warnet.

Dewasa ini warnet bukan lagi barang langka di sebuah kota besar seperti Yogyakarta. Sebagai penyedia alat komunikasi yang murah, cepat, dan praktis, warnet akan selalu dipadati pelanggan. Dampaknya, bisnis warnet mulai menjamur, dan persaingan akan semakin ketat. Diperlukan strategi khusus untuk mampu terus bertahan dalam persaingan tersebut. Salah satu warnet di Yogyakarta yang masih mampu bertahan dalam persaingan tersebut adalah Warnet Intersat. Melihat lokasinya di Jl Timoho No 70A Yogyakarta, Warnet Intersat termasuk berada di tengah kota dan dekat dengan fasilitas umum, maka dipastikan Warnet Intersat akan dekat pula dengan para pesaingnya. Akan tetapi sampai saat ini Warnet Intersat masih mampu bertahan dan setiap harinya selalu dipadati pelanggannya, seperti terlihat dari antrian yang selalu terjadi dan halaman parkir yang tidak pernah lengang. Hal inilah yang membuat peneliti ingin mengangkat judul "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG INTERNET INTERSAT"

B. Batasan Masalah

1. Penelitian yang dilakukan oleh penulis terbatas pada pelanggan Warung Internet Intersat yang berlokasi di Jl. Timoho 70A Yogyakarta.
2. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang menjadi perhatian adalah lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan penelitian ini berfokus pada :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan pada Warung Internet Intersat?
2. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Internet Intersat, serta faktor dimensi kualitas manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Internet Intersat?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Warung Internet Intersat.
2. Untuk mengetahui apakah faktor dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Internet Intersat, serta mengetahui faktor dimensi kualitas manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Warung Internet Intersat.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pada bidang penelitian pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi Warnet Intersat dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya, serta dapat digunakan sebagai patokan untuk mengetahui atribut pelayanan manakah yang belum memuaskan pelanggan sehingga dapat dilakukan upaya-upaya yang tepat.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang penelitian serta sebagai salah satu wahana dalam memperoleh teori-teori yang diperoleh selama