

BAB I PENDAHUIUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam masa industrialisasi yang terus menjadi kompetitif saat ini, di tiap pelakon bisnis yang mau memenangkan kompetisi dalam dunia industri hendak membagikan atensi penuh kepada kualitas.¹ Oleh sebab itu menguasai proses dan pelayanan seluruh usaha merujuk dalam (*Total Quality Manajemen*) TQM ditujukan pada satu tujuan utama sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Pelanggan merupakan orang yang menerima hasil pekerjaan seorang ataupun sesuatu organisasi, sehingga hanya merekalah yang dapat memastikan kualitasnya semacam apa, serta hanya mereka yang dapat mengantarkan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.² Kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis serta manajemen. Bisa ditentukan kalau seluruh novel bacaan terlaris dibidang pemasaran, strategi bisnis, dan perilaku konsumen mengupasnya.

Badan bisnis dan yang tidak bisnis juga berlomba-lomba mencanangkannya demi salah satu arah strateginya, misalnya melalui slogan-slogan seperti “Pelanggan adalah Raja”, “Kepuasan Anda adalah Tujuan Kami”, “*We Care for Customers*”, serta semacamnya. Lakukan penelitian kepuasan pelanggan dan berikan penghargaan kepada perusahaan dengan skor tertinggi dalam indeks kepuasan pelanggan nasional (*National Customer Satisfacton Index*) dan juga berkontribusi meningkatkan kesadaran produsen dan konsumen akan pentingnya kepuasan pelanggan.

Manfaat spesifik kepuasan pelanggan meliputi: hubungan positif dengan loyalitas pelanggan, potensi untuk menjadi sumber pendapatan masa depan, dan pengurangan biaya transaksi pelanggan di masa depan (Terutama biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan), mendorong

¹ Gaspersz, Vincent, *Total Quality Managemen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Umum, 2001, hal. 3

² Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *TQM (Total Quality Managemen)*, Andi, Yogyakarta, 1995, hal. 101-103

loyalitas dan risiko dalam memperkirakan arus kas masa depan, meningkatnya toleransi harga, rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.³ Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui berbagai strategi dan metode untuk memuaskan pelanggan mereka dan kemudian melakukan pembelian ulang.

Jika pelanggan menjadi pelanggan setia karena kepuasan, maka pelanggan tidak akan beralih ke produk atau jasa perusahaan sejenis. Menurut Blattberg dan Deighton, mendapatkan pelanggan yang sudah ada lebih mudah daripada mendapatkan pelanggan baru. Artinya perusahaan dapat lebih mudah mempertahankan pelanggan saat ini, karena pelanggan tersebut sudah mengetahui dan sudah mengetahui serta telah mengevaluasi kinerja produk atau jasa perusahaan. Jika pengalaman menggunakan produk atau jasa memuaskan, maka konsumen akan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan.

Karena persaingan semakin ketat dan semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama mereka. Selain persaingan yang semakin ketat, hal-hal terkait isu dan tren ekonomi akan terus berubah saat ini dan di masa mendatang.

Di satu sisi kebutuhan pelanggan beragam, di sisi lain perusahaan menghadapi kendala dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus dapat mencocokkan produk yang dapat diberikannya kepada pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka sediakan. Dalam hal ini, perusahaan dipaksa untuk memilih produk atau layanan mana yang dapat diberikan melalui proses inovasi utama untuk memuaskan pelanggannya.⁴ Persaingan yang ketat akan membuat para pelaku bisnis semakin gencar memberikan pelayanan kepada konsumen, dengan tujuan untuk memuaskan konsumen dan semakin kompetitif dengan pesaing.

³ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*, CV Andi Offset, Andi, Yogyakarta, 2011, hal. 287-288

⁴ Antonio Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amara Books, 2003, hal. 88-90

Kualitas pelayanan yang menjadi fokus industri pariwisata di Taman Ria, apabila pelayanan diberikan secara maksimal tentu akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas adalah jaminan terbaik bagi loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan terhadap persaingan, dan satu-satunya cara untuk mempertahankan pertumbuhan dan pendapatan. Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sinaga yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Prahastuti menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Widyaningtyas menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Tidak mudah melakukan yang terbaik, selain memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, juga terdapat beberapa faktor yang sulit diprediksi dalam pola perilaku konsumen khususnya di Indonesia yang terdiri dari berbagai budaya sehingga memiliki variasi konsumsi yang berbeda.

Hal ini sejalan dengan Lupiyoadi bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas layanan, pakar pasar seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengajukan lima faktor untuk menilai kualitas layanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan berdampak positif secara psikologis yang dapat mempengaruhi loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut.

Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan maka dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan setia dan tidak akan beralih ke layanan lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi. Menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Sinaga menyimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Prahastuti menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan. Widyaningtyas

mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Ada juga penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Qomariah yang menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Pentingnya loyalitas pelanggan sangat erat kaitannya dengan kelangsungan perusahaan dan kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, untuk memungkinkan perusahaan mempertahankan tingkat laba yang stabil, ketika pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis yang begitu ketat, strategi mendefinisikan seperti mencoba mempertahankan pelanggan yang ada lebih aktif daripada seperti memperluas pasar dengan menarik pelanggan potensial.⁵ Harga menentukan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ini, karena besaran harga yang ditentukan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki konsumen. Biaya yang lebih tinggi akan menyebabkan pelanggan harus mempertimbangkan untuk menggunakan jasa, begitu pula sebaliknya, jika biaya lebih rendah, pelanggan cenderung menggunakan jasa tanpa mempertimbangkan lebih banyak faktor. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lupiyoadi bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widyaningtiyas menegaskan, bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Jati menunjukkan bahwa variabel harga secara signifikan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.⁶ Wahana Wisata Taman Ria Demak merupakan tempat wisata yang lengkap di Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Terletak di Jl. Teuku Umar No. 01 Demak yang tidak jauh dari pusat kota Demak. Taman Ria merupakan anak usaha dari PD. ANWUSA

⁵ Muhammad Maskur, Nurul Qomariyah dan Nur Saidah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan*, Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia Vol. 6, No. 2, Desember 2016, hal. 213-214

⁶ Muhammad Maskur, Nurul Qomariyah dan Nur Saidah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan*, Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia Vol. 6, No. 2, Desember 2016, hal. 214

(Aneka Wira Usaha) milik Pemerintah Kabupaten Demak. PD. ANWUSA mempunyai unit usaha yaitu PT. ANWUSA Gas, Taman Ria, wisata Morosari, SPDN (*SoIar Packed Dealer NeLayan*) Wedung, SPBN (Stasiun Pengisian Bahan Bakar NeLayan) Bonang, dan Pabrik Es.

Wahana Wisata Taman Ria Demak terdiri dari kolam renang anak, kolam renang dewasa, bom-bom car, kereta api mini, Go-card, Scouter, dan Kereta Api besar (sedang tidak beroperasi dikarenakan adanya kerusakan). Di Taman Ria terdapat panggung hiburan yang digunakan untuk acara seperti pesta ulang tahun, reuni, dan lomba-lomba. Terdapat fasilitas Musholla dan Gazebo yang dapat digunakan untuk beristirahat. Ada pelanggan yang merasa tidak puas dengan fasilitas karena toiletnya kurang bersih, permainan yang rusak, harga tiket masuk dan wahana secara terpisah. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan dilaksanakan di Wahana Wisata Taman Ria Demak, didasarkan oleh pemikiran spesifik sebagai berikut : Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Wisata Taman Ria Demak dan bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha Wisata Taman Ria Demak. Berdasarkan uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus unit usaha Taman Ria Demak.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan penelitiannya pada:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada unit usaha Wisata Taman Ria Demak..
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada unit usaha Wisata Taman Ria Demak.

C. Rumusan Masalah

Dengan adanya fokus penelitian di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diangkat, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Wisata Taman Ria Demak?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Wisata Taman Ria Demak?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian terkait dengan judul diatas adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Wisata Taman Ria Demak.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca secara umum, serta semoga penelitian ini dapat bermanfaat. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
Menumbuhkan pengetahuan akan bermanfaat bagi masyarakat tidak hanya untuk saat ini tetapi juga untuk masa depan.
2. Manfaat Praktis
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya:
 - a. Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat dijadikan bahan masukan yang positif dan bermanfaat sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.
 - b. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat mendapatkan wawasan mengenai kepuasan pelanggan, khususnya pada karyawan Taman Ria Demak.

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar urutan sistematika skripsi adalah sebagai berikut:

Bab I yang berisi tentang pendahuluan berisikan latar belakang masalah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab II berisi tentang landasan teori yang meliputi deskripsi teori, terdiri dari pengertian, jenis, tujuan, prinsip, faktor-faktor, dimensi-dimensi, elemen kepuasan konsumen, pengukuran, tipe-tipe, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, kerangka berpikir mengenai penelitian dan hipotesis penelitian. Bab III yaitu berisi metode penelitian yang meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas instrument, uji asumsi klasik, dan analisis data. Bab IV adalah inti penelitian ini yaitu berisi hasil penelitian dan pembahasan, bab ini akan dipaparkan hasil penelitian berupa gambaran obyek penelitian, analisis data penelitian, dan pembahasan berupa korelasi hasil analisis data dengan teori. Bab V berupa penutup, berisi simpulan, saran-saran dan untuk bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.