

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan ketika menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas, dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Bisnis jasa pengiriman merupakan salah satu usaha yang saat ini berada dalam iklim persaingan yang sangat ketat. Banyak perusahaan sejenis bermunculan baik dalam skala nasional maupun internasional. Terlebih lagi perusahaan-perusahaan tersebut menambah produk jasanya misalnya jasa penukaran uang,

jasa pengiriman uang, pengiriman kendaraan, dan lain-lain. Perjuangan untuk menciptakan bisnis yang berulang dengan nasabah menempati titik sentral dalam upaya untuk tetap unggul pada persaingan jangka panjang. Hal ini dapat dilakukan salah satunya adalah dengan selalu memperbaiki kualitas layanan yang diberikan bagi para konsumennya.

Jasa pengiriman saat ini mengalami perubahan yang cukup berarti. Perubahan ini mulai dari penekanan ekonomi sektor manufaktur ke sektor jasa. Sektor jasa pengiriman yang umum meliputi pengiriman surat, paket dan logistik. Selain sektor jasa pengiriman yang cukup berkembang sekarang ini, terdapat sektor jasa lain misalnya jasa pembayaran listrik, jasa pembiayaan, TV kabel, koran dan lain-lain atau yang disebut juga dengan SOPP (*system online payment point*). Perusahaan pengiriman sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa merupakan salah satu pelaku ekonomi penting di Indonesia.

Perusahaan berlomba menciptakan kepuasan konsumennya, umumnya berasumsi bahwa konsumen yang puas akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Konsumen yang puas akan membawa banyak konsumen yang lain ke tempat perusahaan, yang kemudian membawa konsumen yang lebih banyak lagi dan begitu seterusnya. Konsumen yang puas akan membeli lebih banyak sepanjang waktu dan membeli lebih sering. Mereka akan merekomendasikan kepada kerabat dan teman-temannya sehingga terjalin hubungan antara penjual, pelayanan, kepuasan dan keuntungan secara langsung. Semakin puas seorang konsumen maka semakin banyak barang yang akan terjual maka keuntungan bagi perusahaan akan menjadi makin besar.

Dalam rangka membangun kepuasan konsumen, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan pengiriman sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan konsumen sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut.

Menurut Schnoor dalam Tjiptono (2002), pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada konsumen yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta konsumen baru. Tjiptono (2002), mengemukakan adanya hubungan yang signifikan positif antara kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk melakukan transaksi ulang. Pengalaman membuktikan, konsumen yang puas akan membangun *customer based* yang lebih kokoh untuk perkembangan masa depan perusahaan. Dengan memperbesar *customer based* diharapkan nasabah tidak rentan menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi di industri jasa pengiriman. Dengan kata lain dapat digambarkan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang

diberikan kepada konsumen kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan (Simamora, 2007).

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsivness*, *assurance*, dan *emphaty*. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. *Reliability* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Responsivness* (daya tanggap / kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka timbul keinginan peneliti untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Kantor Pos Gresik 61100”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?
2. Apakah kehandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?
4. Apakah jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?
5. Apakah empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?
6. Apakah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh secara parsial bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial kehandalan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.
3. Mengetahui pengaruh secara parsial daya tanggap terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.
4. Mengetahui pengaruh secara parsial jaminan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.

5. Mengetahui pengaruh secara parsial empati terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.
6. Mengetahui pengaruh secara simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Manfaat bagi pihak perusahaan

Dapat memberikan masukan dan saran pemikiran yang positif mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Kantor Pos Gresik 61100.

2. Manfaat bagi akademik

Sebagai tambahan literature pustaka di Unersitas Muhamadiyah Gresik yang mana nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.

3. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu kesempatan untuk menerapkan teori yang diperoleh dalam kehidupan nyata serta dapat mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.