BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya (Ghanimata & Kamal, 2012). Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Lembang, 2010). Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan smart dalam memilih suatu produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share* (Lembang, 2010).

Untuk meningkatkan dan mempertahankan usaha serta persaingan yang ketat diperlukan suatu cara, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kepuasan konsumen maka tingkat penjualan dipastikan naik. Oleh sebab itu konsumen harus dipuaskan, jika tidak ini akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan, maka perusahaan ini harus berusaha untuk memaksimalkan pelayanan terhadap pelanggan (Dwiwinarsih, 2009).

Di tengah persaingan dunia bisnis yang semakin ketat ini diperlukan strategi yang tepat salah satunya adalah kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap menjaga kepuasan pelanggan dan profitabilitasperusahaan adalah tiga hal

yang terkait erat. Semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah Kotler (dalam Rahim, 2012). Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting untuk diperhatikan oleh semua pengusaha, karena kepuasan berkaitan dengan nilai keberhasilan suatu produk dan pelayanan (Rahim, 2012).

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan (Putra, 2012) Menurut Christopher H Lovelock dan Lauren K. Wright (2007 : 102), Kepuasan pelanggan adalah pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka dapat berubah kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.

Menurut Schnaars dalam Fandy Tjiptono (2007 : 24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberi beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelangannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang

menguntungkan bagi perusahaan. Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*discomfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Melalui definisi-definisi di atas, kepuasan konsumen adalah evaluasi perasaan konsumen setelah melakukan pembelian dan membandingkannya dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi dan terlampaui. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis *tools*. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya toko-toko *tools* bermunculan di kota Jakarta. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola toko untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding toko-toko *tools* kompetitornya.

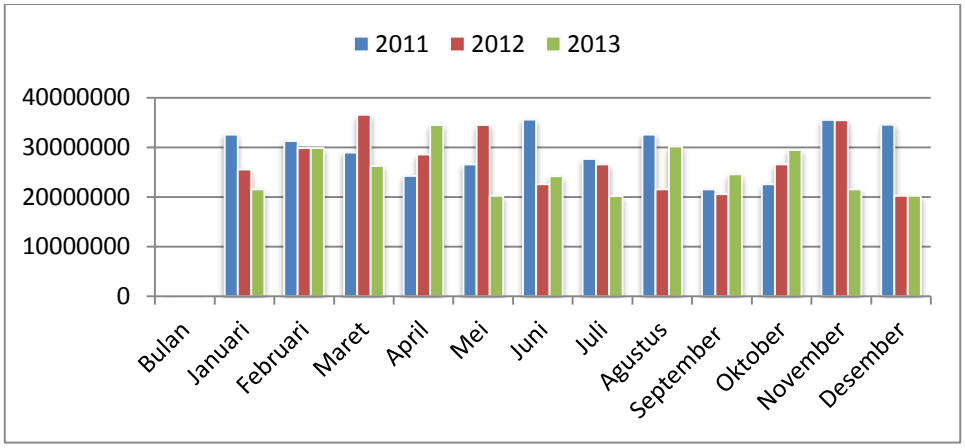
Demikian juga halnya di toko Biru Laut, dimana sebagai salah satu toko yang ada di kota Jakarta, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda

dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di toko Biru Laut.

Adapun data penjualan di toko baut Biru Laut Jakarta selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada table berikut ini:

Gambar 1.1

Data Penjualan



Sumber : Toko Biru Laut (2011-2013)

Berdasarkan tabel dan grafik diatas dapat terlihat bahwa penjualan di toko Biru Laut selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun.Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan, seperti misalnya pengerjaan atau reparasi mobil yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan

pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Biru Laut) dan Tinjauan dari Sudut Pandang Islam".

1.2. Perumusan Masalah

Menurunnya penjualan dari tahun ke tahun dan diterimanya data keluhan dari pelanggan merupakan permasalahan yang dihadapi pihak toko Biru Laut. Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan?
3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan?
4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan ditinjau dari sudut pandang Islam ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2) Menganalisis pengaruh harga terhadap terhadap kepuasan pelanggan.
3) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
4) Mengenalisis sudut pandang islam tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1) Sebagai masukan bagi pihak Toko Biru Laut, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
2) Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan atau pelaku usaha lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya.
3) Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan berkaitan dengan ajaran Al-Qur’an dan Hadis.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan untuk penulisan ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam bidang akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis secara langsung terhadap program studi Manajemen sebagai bahan tambahan referensi dan wancana khususnya berkaitan dengan masalah pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

2) Manfaat praktis

a. Manfaat praktis penelitian ini bagi perusahaan adalah sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan menyangkut peningkatan profitabilitas.

b. Pelaku Usaha

Dalam hal praktis, bagi pengembang usaha toko Biru Laut, penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak pengusaha dalam pembuatan kebijakan penentuan harga, pelayanan, dan lokasi. Agar mengetahui perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen dalam keterkaitan konsumen yang sudah menjadi pelanggan di toko Biru Laut serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

c. Bagi penelitian berikutnya

Sebagai tambahan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dan menambah referensi tentang manajemen pemasaran.

d. Bagi civitas akademika adalah sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa dalam penelitian selanjutnya..

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan berupaya mempermudah bentuk penyajian skripsi agar lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh setiap pembaca. Penulis menyusunnya bentuk skripsi kedalam 6 (enam) bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa bagian yang didalamanya menjelaskan materi dari tema yang dibahas. Adapun bentuk dan susunannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini skripsi terdiri dari latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan tentang teori-teori maupun pendapat-pendapat dari pakar tentang pengertian, tujuan, metode, dan manfaat dari pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel, metode pengukuran variabel, pengujian daftar pertanyaan, metode pengambilan sampel, proses pengumpulan data dan metode data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang berisi analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

BAB V :PEMBAHASAN DITINJAU DARI SUDUT PANDANG ISLAM

Bab ini membahas tentang pandangan Islam mengenai kerja dan kewajiban kerja, pandangan Islam mengenai program diklat (pendidikan dan pelatihan) dan pandangan Islam mengenai produktivitas kerja