REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan atau toko. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik pelanggan hendaknya disusun secara cermat, agar pelanggan mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu, dengan segala kiatnya, perusahaan juga harus berupaya agar pelanggan dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam kualitas produk, ada enam dimensi utama yang biasanya digunakan yaitu kinerja, keandalan, fitur, keawetan, konsistensi, dan desain. Sedangkan dari

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

kualitas jasa atau pelayanan terdapat 5 (lima) dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.[1]

Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu pelayanan merupakan fokus perhatian pelanggan. Kebutuhan pelanggan yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisan yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu pelayanan. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke toko yang lain dengan pelayanan substitusi.

Semakin tingginya tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk.[2] Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan direstoran tersebut tapi juga dampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing, upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaaan.[3]

Pesona Hijab mengerti bahwa berjalannya suatu bisnis tidak lepas dari pentingnya sebuah strategi untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan. Untuk itu Pesona Hijab memberikan jaminan

---

[1]Gregorius Chandra, Service, Quality dan Satisfaction, Edisi 4, Terj. Fandy Tjiptono, Salemba Empat, 2016, hlm. 173.

[2]Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Jilid I, Terj. Benyamin Molar, PT. Indeks, Jakarta, 2005, hlm. 213.

[3]Lupiyoadi, R &Hamdani, Manajemem Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2006, hlm. 56.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

kualitas pelayanan yang merupakan aspek yang harus dipenuhi oleh setiap toko. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan.

Kepuasan setiap pelanggan atau dapat disebut sebagai kenyataan tanggapan setiap konsumen berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi atas harapan-harapan yang telah dibangun oleh konsumen atas pelayanan yang akan diterimanya. Harapan-harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba suatu produk ataupun jasa. Apabila harapan yang dimiliki konsumen tidak terwujud, maka hal yang akan terjadi adalah timbulnya kesenjangan antara apa yang diharapkan oleh konsumen dengan kenyataan yang ada. Perbedaan atau harapan konsumen sebelum dan sesudah menerima pelayanan biasa disebut dengan gap. Kesenjangan ini juga dapat menjadi faktor pendukung maupun faktor penghambat dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Selain gap, Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mempunyai beberapa faktor pendukung lain yang harus diperhatikan. Faktor pendukung yang juga menjadi sorotan atau fokus pada penelitian ini diantaranya yaitu: keramahan terhadap pelanggan, tingkah laku atau perilaku karyawan saat mendampingi pelanggan (misalnya: berbicara dengan karyawan lain saat ada pelanggan), tingkat kerukunan (ke-solid-an) antar karyawan.

Mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Layanan yang sempurna merupakan bagian dari strategi Pesona Hijab untuk mengontrol terhadap mutu layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu Pesona Hijab selalu berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas mengingat masih terdapat keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan, untuk mengatasinya Pesona Hijab meningkatkan kualitas pelayanan agar mencapai harapan pelanggan dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan barang yang telah dibelinya.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis akan mencoba untuk membahas lebih lanjut dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul "Analisis Kualitas Perilaku Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pelayanan Toko Pesona Hijab Kudus)".

B. Fokus Penelitian

Berkaitan dengan tema yang penulis angkat yaitu mengenai "Analisis Kualitas Perilaku Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen", maka fokus penelitian ini adalah kualitas perilaku pelayanan dan faktor yang mendukung dan menghambat dalam memberikan kualitas perilaku pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas perilaku pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Pesona Hijab Kudus?
2. Faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam memberikan kualitas perilaku pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Pesona Hijab Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas perilaku pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Pesona Hijab Kudus.
2. Untuk menganalisa faktor yang mendukung dan menghambat dalam memberikan kualitas perilaku pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Toko Pesona Hijab Kudus.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
   a. Bagi Akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pemikiran teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan dalam bentuk ilmiah yang sekiranya akan bermanfaat bagi perbendaharaan kepustakaan.
   b. Menambah khasanah pengetahuan ilmiah tentang persepsi mengenai Kualitas Perilaku Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen, khususnya kualitas pelayanan Pesona Hijab Kudus.
2. Manfaat Praktis
   a. Memberikan gambaran tentang kualitas perilaku pelayanan di Pesona Hijab.
   b. Memberikan gambaran tentang minat beli konsumen terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi dimaksudkan untuk memberikan gambaraan tentang dari msing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagian Muka

   Bagian muka ini, terdiri dari : halaman sampul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar abstrak daftar isi dan daftar tabel.
2. Bagian Isi

   Pada bagian isi terdapat lima bab yang saling terkait, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, maanfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang teori kualitas pelayanan, perilaku konsumen, minat beli konsumen, penelitian terdahulu, serta kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang sasaran-sasaran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.

http://eprints.stainkudus.ac.id