

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin berkembang pesat disertai juga dengan kemajuan teknologi. Gaya hidup masyarakat pun semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Konsumen saat ini sudah mulai cerdas dan selektif dalam memilih produk dan jasa yang akan mereka gunakan, hal ini menuntut perusahaan semakin sensitif terhadap persaingan dalam dunia bisnis dengan menciptakan cara-cara baru agar dapat menjaga perusahaan untuk dapat hidup dan berkembang.¹

Sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan para pesaing dan yang lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Harapan-harapan itu dibentuk oleh pengalaman di masa lalu, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan iklan perusahaan jasa.² Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.³

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan jasa mutu yang lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memberikan jasa yang berbeda atau lebih spesifik dan bahkan harus memiliki karakteristik tersendiri untuk dapat

¹ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, Jilid 2, Ed. VI, 2002), 496.

² Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, 498.

³ Tjiptono. dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), 70.

memuaskan konsumen, adanya kualitas jasa yang baik, maka kepuasan konsumen akan tercipta.⁴

Selain itu, perusahaan juga harus memastikan bagaimana kualitas layanan yang diberikan agar kepuasan konsumen dapat tercapai. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, maka akan terjalin suatu hubungan yang kuat antar konsumen dan perusahaan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan.⁵

Wedding Organizer adalah suatu jasa khusus yang mengelola dan mengatur suatu acara yang diselenggarakan atas permintaan klien.⁶ Dengan banyaknya usaha jasa *wedding organizer* saat ini salah satunya yaitu *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*. *Tarch AMP Kudus* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa *Wedding Organizer* yang berdiri sejak 11 September 1989 hingga saat ini.⁷ Sebagai usaha jasa tenaga *wedding Organizer* yang berpengalaman di Kudus, *Tarch AMP Kudus* berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dibandingkan para pesaingnya.

Tarch AMP Kudus selalu menyadari akan pentingnya faktor kepuasan pelanggan dan berusaha mengoptimalkan pelayanan yang sangat berperan penting dalam mencari atau mendapatkan klien sekaligus meyakinkan klien akan suatu produk atau jasa *wedding organizer* yang ditawarkan oleh *Tarch AMP Kudus*. Salah satu strategi yang dapat dilakukan *Tarch AMP Kudus* untuk meningkatkan

⁴ Tya Dwi Adiningsih, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Inti dan Kualitas Layanan Peripheral Terhadap Konsumen Dalam Menggunakan Jasa*, no. 4 (2016): 1-11.

⁵ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2.

⁶ Beatrix, *I Love Organize : Panduan Praktis Mengelola Event*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 65

⁷ Wawancara penulis dengan pemilik *Tarch AMP Kudus*, 10 September 2018

kepuasan pelanggan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.⁸ Dengan demikian, *Tarch AMP Kudus* harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya serta bersaing menempati posisi puncak dalam bisnis penyediaan di bidang jasa *wedding organizer*. Agar dapat dikenal luas oleh masyarakat dan meningkatkan kualitas layanan guna mendapatkan minat pelanggan, *Tarch AMP Kudus* memiliki tingkat peminat yang stabil. Namun, dalam 6 bulan terakhir pelanggan yang menggunakan jasa *Tarch AMP Kudus* mengalami pemesanan yang tidak stabil setiap bulannya. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Minat Pelanggan memilih Tarch AMP⁹

Bulan	Pelanggan	Jumlah Pemesanan	Pelanggan Yang Puas	Kompl ain
April 2018	10	31	29	2
Mei 2018	9	29	27	2
Juni 2018	12	33	29	4
Juli 2018	9	30	27	3
Agustus 2018	11	32	28	4
September 2018	8	29	24	5

Berdasarkan data, minat pelanggan untuk memilih *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus* masih rendah, terbukti

⁸ Tjiptono. Dkk, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), 70.

⁹ Wawancara peneliti dengan pemilik *Tarch AMP Kudus*, 10 September 2018

dari April 2018 hingga September 2018, jumlah pelanggan mengalami perubahan yang tidak stabil. Hal ini kontras dengan jumlah komplain pelanggan yang justru mengalami peningkatan setiap bulannya. Sebagai perusahaan jasa yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggannya, hal ini merupakan suatu masalah, karena pelanggan yang tidak puas bukan hanya tidak memilih *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*, namun juga akan menyampaikan keluhan-keluhannya kepada calon pelanggan potensial *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*.

Berdasarkan hasil prasurvey lanjutan yang telah dilakukan, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi penurunan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya menurunkan minat pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua yaitu kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan peripheral atau tambahan.

Dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus* dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Inti dan Kualitas Layanan Peripheral Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang dan penegasan istilah yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang muncul dalam penelitian adalah :

1. Apakah Kualitas Layanan Inti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*?
2. Apakah Kualitas Layanan Peripheral berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*?
3. Apakah Kualitas Layanan Inti dan Kualitas Layanan Peripheral secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Wedding Organizer Tarch AMP Kudus*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan inti terhadap kepuasan pelanggan pada *Wedding Organizer* Tarch AMP Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pada *Wedding Organizer* Tarch AMP Kudus.
3. Untuk menganalisis secara bersama-sama pengaruh kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan pada *Wedding Organizer* Tarch AMP Kudus.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara empiris, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pengusaha jasa dan mempunyai pandangan strategis dalam menjalankan usahanya.
 - b. Diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada para pengusaha jasa agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang baru dan meningkatkan kualitas layanan usaha yang lebih baik lagi dikemudian hari.
 - c. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi penelitian dimasa yang akan datang. Mendorong adanya penelitian tentang kualitas layanan inti dan layanan peripheral maupun kualitas layanan lainnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Pengusaha

Memberikan sumbangan dan masukan pemikiran bagi pelaku usaha *Wedding Organizer* Tarch AMP Kudus untuk mengembangkan tentang kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral agar dapat memuaskan pelanggan dengan maksimal.
 - b. Perusahaan

Dapat memberikan acuan dalam mengambil keputusan yang strategis untuk menciptakan kualitas layanan yang baik. Mengetahui keunggulan yang sudah dimiliki untuk dipertahankan.

c. Peneliti

Mampu mengetahui hasil pengujian secara signifikan tentang pengaruh kualitas layanan inti dan kualitas layanan peripheral terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi peneliti dan menambah wawasan/ pengalaman. Ilmu bukan hanya sekedar dipelajari namun juga perlu dipraktikkan dalam kenyataan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

1. Bagian muka

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar dan halaman isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat latar belakang permasalahan yang menjelaskan tentang problem akademik, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan hasil penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan mengulas landasan teori tentang Kualitas Pelayanan Inti, dan Kualitas Pelayanan Peripheral yang meningkatkan Kepuasan Pelanggan, juga mengemukakan tentang penelitian terdahulu dan kerangka berpikir serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan mengulas kembali tentang jenis dan metode penelitian, pendekatan penelitian, alasan menggunakan pendekatan kuantitatif, data penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji asumsi klasik.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, yaitu mengenai gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data statistik diskriptif, uji asumsi klasik dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.