BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bagi dunia bisnis yang terpenting adalah kepuasan pelanggan, karena hal itu berdampak terhadap komunikasi lisan, pembelian ulang dan sensitivitas harga. Akibatnya, menciptakan kepuasan pelanggan telah menjadi tujuan utama dari banyak bisnis, terutama disektor jasa. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasaan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan serta untuk tetap menjadi konsumen yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan (Bove dan Johnson, 2000). Konsumen yang loyal akan menceritakan hal yang baik kepada rekan atau orang lain, pembelian ulang suatu produk atau jasa ketika konsumen merasa bahwa layanan yang mereka terima bisa memberikan kepuasan terhadap diri konsumen tersebut dan konsumen bersediaan untuk membayar dengan harga premium dan tetap setia bahkan ketika ada perubahan harga. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen tersebut, perusahaan harus mengidentifikasi dan terus berupaya mempertahankan loyalitas bahkan komitmen konsumen. Perusahaan yang pandai memikat dan menjalin hubungan yang baiklah yang membuat konsumennya tidak akan pindah ke lain hati.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor jasa telah mulai memegang peranan vital dalam perekonomian dunia. Bahkan, di sejumlah negara hampir

70% dari total angkatan kerjanya berkecimpung dalam sektor ini (Carlos dalam Brown, *et al*., 1991 dalam Fandy Tjiptono 2004). Banyaknya persaingan di industri jasa sekarang ini menuntut perusahaan untuk dapat mengoptimalkan kualitas layanan agar pelanggan merasa puas. Kotler menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah memenuhi layanan pelanggan yang bukan hanya terbaik, tetapi juga melegenda (Kotler, 2004 : 45). Hal tersebut memberi gambaran bahwa perusahaan-perusahaan yang berhasil bukanlah perusahaan yang hanya mampu memperkenalkan produknya, tetapi perusahaan yang berhasil menarik pelangganya. Itu berarti, layanan memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan diperesepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan diperesepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pengguna dan berakhir pada tanggapan konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan itu sendiri merupakan penilain menyeluruh terhadap keunggulan suatu layanan.

Memberikan layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Hasilnya pelanggan yang puas akan tetap setia dan menceritakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain. Studi memperlihatkan adanya perbedaan besar dalam loyalitas pelanggan yang kurang puas, agak puas, dan sangat puas. Bahkan sedikit penurunan akan kepuasaan dapat menciptakan

penurunan kesetiaan yang cukup besar. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Pada penelitian ini objek yang dipilih yaitu Zangrandi, karena Zangrandi merupakan toko es krim tertua di Surabaya. Zangrandi didirikan oleh Renato Zangrandi yang berasal dari Italia pada tahun 1930. Es krim yang beralamatkan di Jl. Yos Sudarso no. 15 Surabaya ini populer sejak jaman penjajahan Belanda dan menjadi favorit bagi banyak kalangan di masa itu. Bangunan dari tempat ini masih merupakan bangunan dengan arsitektur jaman Belanda dan menjadi salah satu cagar budaya di Surabaya. Oleh karena itu, bentuk bangunannya masih dipertahankam seperti saat pertama kali dibangun, sehingga bangunan Zangrandi memiliki nilai historis.

Zangrandi merupakan toko es krim yang kuno tetapi tetap eksis ditengah persaingan di industri es krim yang sangat ketat. Uniknya dengan tetap mempertahankan resep kuno dan suasana tempo dulu, Zangrandi mampu bersaing dengan industri-industri es krim yang modern. Akhir-akhir ini banyak bermunculan gerai-gerai es krim, baik gerai kecil maupun *café* eksklusif dengan menawarkan es krim dan suasana yang modern. Tidak sekedar tekstur dan tampilan kuno yang membuat es krim Zangrandi ini khas, tetapi juga merasakan suasana tempo dulu dan bernostalgia di kota pahlawan sambil menikmati es krim tua Zangrandi memang merupakan daya tarik tersendiri bagi penikmatnya. Karena kepopularanya dan ingin memudahkan konsumen, Zangrandi juga membuka

beberapa cabang di Surabaya, yaitu Galaxy Mall, Tunjungan Plaza, Plaza Surabaya, Pakuwon Trade Center, Bonnet Supermarket dan Pasar Atum.

Perusahaan jasa dewasa ini memerlukan suatu strategi demi menjaga kualitas dan mutu mereka tidak terkecuali Zangrandi. Seringkali pelanggan merasa kecewa dengan layanan yang diberikan Zangrandi, hal ini timbul akibat adanya ketidakpuasan yang bisa disebabkan oleh fasilitas yang tidak sesuai dengan harapan konsumen dan layanan yang tidak optimal dari para karyawan kepada konsumen. Ketidakpuasan atau masalah yang dialami oleh pelanggan Zangrandi yaitu, debu, asap kendaraan serta sinar matahari dapat menggangu kenyamanan (http://dianandriyani.web.id dan http://dianandriyani.web.id). Sayangnya, di restoran ini udaranya masih terasa hangat atau panas di siang hari. http://asadiyoko.multiply. Pelanggan merasa tidak nyaman dengan fasilitas yang saat ini diberikan Zangrandi, karena Zangrandi tidak menyediakan ruangan ber-AC.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka timbul keinginan dan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Komunikasi Lisan, Pembelian Ulang dan Sensitivitas Harga Pada Pelanggan Zangrandi di Surabaya".**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Zangrandi Surabaya?
2. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap komunikasi lisan pelanggan Zangrandi Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang pelanggan Zangrandi Surabaya?
4. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap sensitivitas harga pelanggan Zangrandi Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui signifikan pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Zangrandi Surabaya.
2. Untuk mengetahui signifikan pengaruh kepuasan terhadap komunikasi lisan pelanggan Zangrandi Surabaya.
3. Untuk mengetahui signifikan pengaruh kepuasan terhadap pembelian ulang pelanggan Zangrandi Surabaya.
4. Untuk mengetahui signifikan pengaruh kepuasan terhadap sensitivitas harga pelanggan Zangrandi Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitiaan

Hasil Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak-pihak lain, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan yang lebih luas mengenai kualitas layanan, sehingga wawasan tersebut nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan dapat ikut menyumbangkan pemikiran pada pelanggan Zangrandi.

2. Bagi Penyedia Produk dan Jasa

Bagi Zangrandi hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi mengenai seberapa besar loyalitas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan, kepuasaan yang diperoleh pelanggan dan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan Zangrandi.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai penambahan pembendaharaan kepustakaan dan sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan mengambil judul yang sama sebagai bahan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, garis besar pembahasanya dibagi dalam bab-bab yang meliputi beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan sekripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitiaan terdahulu yang akan dijadikan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang digunakan sebagai pijakan dalam pemecahaan masalah penelitiaan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian diuraikan secara rinci mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penelitiaan yang meliputi rancangan penelitiaan, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen dan teknik analisia data.

BAB IV : GAMBARAB SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang gambaran subyek penelitian, karakteristik responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan mengenai analisis yang telah dilakukan, keterbatasan yang dialami oleh peneliti serta saran yang dapat memberikan manfaat.