

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang dengan pesat dalam perkembangan ekonomi negara kita sector, jasa menempati kedudukan yang sangat penting sehingga tidak bisa diabaikan begitu saja. Perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa maupun barang akan mempertimbangkan kebijakan mengenai seberapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Perusahaan merasa bahwa konsumen adalah salah satu aset yang berharga bagi perusahaan, untuk itu setiap perusahaan berusaha memberikan yang terbaik demi menciptakan kepuasan bagi konsumen mereka. Kualitas pelayanan menurut Nasution dalam Ade Syarif Maulana (2016) didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Perusahaan yang dapat mengoptimalkan aspek kualitas pelayanan yang dimilikinya seringkali berpeluang besar untuk meningkatkan performa finansial dan menarik konsumen dalam pasar yang semakin kompetitif. Konsep kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan aspek perilaku konsumen dalam penelitian empiris, telah banyak dilakukan untuk memperkuat paradigma tentang pentingnya kualitas pelayanan yang merupakan kunci yang bernilai strategis bagi perusahaan dalam bidang jasa. Perusahaan pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Perusahaan yang beresiko paling besar adalah yang tidak mampu memantau konsumen dan pesaing mereka dan tidak secara berkelanjutan memperbaiki nilai tawaran mereka. Konsep yang paling dekat dengan hasil yang berhubungan dengan kualitas jasa, berdasarkan pada pengalaman sebelumnya dan kesan yang diterima. Oleh karena itu, niat pembelian sering digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Menurut Sulastyono dalam Isti Faradisa, dkk (2016) kelengkapan fasilitas didefinisikan sebagai penyediaan perlengkapan perlengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Menurut Tjiptono dalam Isti Faradisa, dkk (2016) desain dan tata letak fasilitas jasa erat dengan

pembentukan persepsi langganan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller dalam Dwi Aliyyah dan Sunarti (2017) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Konsumen akan melakukan berbagai pertimbangan dalam mengambil keputusan suatu barang atau produk. Salah satu pertimbangan konsumen adalah mengenai minatnya. Minat pembeli merupakan tahap kecenderungan respon bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar terjadi. Menurut Mahadi dan Sukati dalam Deru Indika (2017) menyatakan bahwa minat beli terjadi ketika seseorang membutuhkan produk tertentu setelah melakukan evaluasi atau mempersepsikan produk tersebut apakah layak atau tidak untuk dibeli. Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan kebudayaan mempengaruhi sikap dan gaya hidup seseorang, untuk memenuhi kebutuhan yang baru tersebut orang-orang rela mengeluarkan waktu tenaga dan biaya ekstra, seperti yang dapat kita lihat di negara maju ini masyarakat dituntut untuk bekerja lebih keras dan memanfaatkan setiap waktu yang ada. Bahkan, bagi seorang pekerja jika perlu waktu makan siang dan jam pulang kantor dapat digunakan untuk berbisnis guna meningkatkan profit perusahaan dan menjadi lebih produktif. Hal seperti ini biasanya akan membuat seorang pekerja berada di bawah tekanan yang cukup besar sehingga dapat menyebabkan stress dan kerja pun terjadi menurun, begitupula dengan mahasiswa yang dituntut untuk belajar lebih keras sehingga tidak ada waktu untuk bersantai karena persaingan kerja yang semakin ketat menuntut para mahasiswa untuk bersaing ketat merebutkan nilai terbaik guna mendapatkan posisi kerja yang terbaik. Dengan memperhatikan kebiasaan masyarakat yang seperti ini, CV Angkasa Tuban yang bergerak di bidang jasa kontruksi selalu mencari dan memenuhi apa yang yang dapat meringankan beban konsumen dan apa yang konsumen butuhkan agar di sela-sela kesibukannya, konsumen mendapatkan hunian yang layak dan membuat mereka nyaman untuk menikmati hidupnya. CV Angkasa Tuban berusaha sepenuhnya untuk memenuhi permintaan konsumen dan membuat bangunan atau rumah hunian sebaik mungkin dan senyaman mungkin agar para konsumen bisa menikmatinya

dengan baik, dengan fasilitas yang memadai, pekerja yang handal ,tukang bangunan yang profesional, dan bahan-bahan bangunan yang berkualitas. Selain membuat rumah hunian yang nyaman, CV Angkasa Tuban juga menangani berbagai kontruksi fasilitas kantor swasta ataupun negeri dengan harga yang dapat bersaing. Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Fasilitas, Dan Minat Beli Ulang Pada Kepuasan Konsumen Di CV. Angkasa Tuban”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban?
2. Apakah kelengkapan fasilitas berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban?
3. Apakah minat beli ulang berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban?
4. Apakah kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas dan minat beli ulang berpengaruh signifikan secara simultan pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kelengkapan fasilitas pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis minat beli ulang pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas dan minat beli ulang pada kepuasan konsumen di CV Angkasa Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Merupakan masukan mengenai penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan kepada konsumen yang nantinya dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menentukan kebijakan yang tepat dalam usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan, untuk menciptakan kepuasan konsumen

2. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan proses belajar dalam mengaplikasikan pengetahuan dan teori-teori yang diperoleh dan dipelajari saat ini.

3. Bagi kalangan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi Bagi kalangan akademis dan dalam jam penelitian-penelitian berikutnya yang yang relevan serta diharapkan dapat diperbaiki dan disempurnakan kelemahan-kelemahannya