

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan hidup dari pelanggan. Karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Dengan demikian kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas bagi setiap perusahaan. Meskipun demikian, tidak sedikit perusahaan yang kurang menyadari arti pentingnya kepuasan pelanggan. Akibatnya mudah ditebak, perusahaan secara cepat atau perlahan namun pasti akan mengalami kemunduran. Beruntung bila kemunduran tersebut berlangsung perlahan, karena masih ada waktu untuk berbenah.

Di pasar global dalam era perdagangan bebas, yaitu di pasar yang semua berlangsung cepat, boleh jadi perusahaan akan tumbang dan posisinya diambil alih oleh para pesaingnya. Sebagai akibatnya tuntutan konsumen kini menjadi semakin besar, sehingga konsumen akan memilih produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan konsumen yang paling tinggi.

Pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan berarti kinerja suatu jasa minimal sama dengan apa yang diharapkan (Engel, 2003: 152). Sebuah contoh, seorang pelanggan mengharapkan mendapatkan jasa yang bagus, tetapi kenyataannya jasa tersebut tidak sesuai harapannya, sehingga mengecewakan atau menimbulkan perasaan tidak puas pada diri konsumen tersebut, dan merasa loyal

terhadap produk tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen menurut Swastha (2003:51) adalah kualitas pelayanan, kualitas produk (kekuatan teknologi). Dalam penelitian variabel yang digunakan yang berhubungan dengan jasa service komputer adalah kualitas pelayanan, dan kekuatan teknologi.

Kualitas pelayanan konsumen merupakan aspek penting dalam meningkatkan penjualan, dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oleson (2010:142) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Kualitas pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan kualitas pelayanan, sehingga pelanggan merasa puas dan loyal terhadap perusahaan jasa tersebut.

Teknologi merupakan terobosan-terobosan yang senantiasa dikembangkan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Pengertian kekuatan teknologi dalam terminologi ilmu ekonomi adalah bagaimana memproduksi barang dan jasa dengan cara seefisien mungkin dan kemudian mampu menjualnya pada harga yang kompetitif (M. Arsjad Anwar,2005:3).

Loyalitas konsumen dalam usaha jasa service komputer sangat dibutuhkan, sebab seiring dengan perkembangan dan kemajuan kekuatan teknologi menuntut masyarakat membutuhkan jasa service komputer untuk berkomunikasi dan mencari informasi yang dibutuhkan, sehingga jumlah jasa service komputer semakin banyak. Berikut ini adalah data jumlah pelanggan Jasa Service Komputer CV. Pandawa Semarang.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Pelanggan Jasa service komputer**  
**Tahun 2012-2013**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2012</b>	<b>Tahun 2013</b>	<b>Tahun 2014</b>
Januari	1245	1011	1011
Pebruari	1295	1005	1008
Maret	1328	1142	985
April	1365	1178	1015
Mei	1293	1159	1116
Juni	1275	1089	1089
Juli	1287	1124	1104
Agustus	1294	1156	958
September	1303	1092	964
Oktober	1318	1185	1010
Nopember	1323	1064	975
Desember	1310	1078	927

Sumber : Jasa service komputer CV. Pandawa Semarang, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan jasa service komputer CV. Pandawa tahun 2014 mengalami penurunan di bandingkan pada tahun 2013 Kondisi ini menarik untuk diteliti, khususnya tentang loyalitas konsumen menggunakan jasa service komputer sebab penurunan jumlah pelanggan mengindikasikan pelanggan tidak berkenginan untuk menggunakan jasa ulang jasa service komputer CV. Pandawa.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul penelitian : **”Analisis Pengaruh Kekuatan teknologi dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kasus Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Jasa service komputer CV. Pandawa Semarang)”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini jumlah pelanggan jasa service komputer CV. Pandawa tahun 2014 mengalami penurunan di bandingkan pada tahun 2013. Kondisi ini menarik untuk diteliti, khususnya tentang loyalitas konsumen menggunakan jasa service komputer sebab penurunan jumlah pelanggan mengindikasikan pelanggan tidak berkenginan untuk menggunakan jasa ulang jasa service komputer CV. Pandawa. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kekuatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan jasa service komputer.
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa service komputer.
3. Bagaimana pengaruh kekuatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan jasa service komputer.
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jasa service komputer.
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa service komputer.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kekuatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan jasa service komputer.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa service komputer.
3. Untuk menganalisis pengaruh kekuatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan jasa service komputer.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Jasa service komputer.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa service komputer.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai input bagi jasa service komputer sehingga dapat bermanfaat sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan/kebijaksanaan yang tepat untuk mencapai hasil yang diharapkan, khususnya dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

## 2. Bagi peneliti

Dapat menambah pengalaman dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya mata kuliah manajemen pemasaran dalam aplikasi didunia kerja dan publik.