BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan yang semakin ketat menyebabkan semua perusahaan semakin menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Menjadi perusahaan yang fokus pada pelanggan adalah pilihan strategis bagi industri dan dunia usaha agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan fluktuasi curam perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar, dimana semakin banyak perusahaan terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini karena, kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk pendorong bagi masa depan *share* pasar dan profitabilitas suatu perusahaan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas jasa.

Menurut Tjiptono (2007: 54) kualitas jasa adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan perusahaan kepada pelanggan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan

pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika kualitas jasa yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas jasa akan dipersepsikan buruk. Hal ini sangat berpengaruh karena pelanggan tersebut akan merekomendasikan kepada teman-teman atau keluarganya tentang baik-buruknya kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa.

Menurut Assauri (2013: 11), kepuasan pelanggan merupakan indikator penting untuk pengukuran kinerja pengoperasian bisnis perusahaan. Kinerja kemajuan pemasaran perusahaan yang mendasar diukur dari kepuasan pelanggan. Dengan mengukur peningkatan kepuasan pelanggan, akan terlihat tingkat pertumbuhan keuntungan ekonomis atas kualitas jasa yang ditawarkan perusahaan. Pelanggan menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka setelah menggunakan jasa dan menggunakan informasi untuk memperbaharui persepsi mereka tentang kualitas jasa.

Menurut Hasan (208: 83), loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan,

mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam keadaan persaingan pasar yang semakin tajam, maka manfaat pelanggan yang loyal adalah: (1) terkonsentrasinya pembelian mereka agar dapat terjaga, sehingga volume pasar yang besar dapat terpelihara, serta biaya penjualan dan penyaluran rendah, (2) terpeliharanya *word of mouth* dan rujukan pelanggan, (3) terdapatnya kemungkinan pembayaran dengan premium untuk nilai yang mereka terima.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Masyarakat memiliki aktivitas dan kebutuhan yang semakin kompleks, dimana masyarakat cukup merasakan lelah melalui setiap harinya dengan penuh aktivitas yang membuat jenuh. Disamping harus melakukan kewajibannya dengan berbagai aktivitas masing-masing, tentunya masyarakat juga memiliki kebutuhan lain untuk tetap merasa nyaman di tengah kehidupan jaman yang semakin moderen ini. Hiburan merupakan salah satu cara yang dibutuhkan untuk tetap semangat dalam menjalankan aktivitas yang dikerjakan selama ini. Dengan adanya hiburan yang didapat, hal itu meringankan beban sementara serta menghilangkan kejenuhan dan stres yang dialami selama ini, sehingga akan kembali semangat menjalani aktivitas sehari-hari.

Karaoke merupakan salah satu bisnis hiburan yang sedang diminati oleh masyarakat saat ini karena memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan untuk digunakan pelanggan berkaraoke dengan teman, keluarga, dan kerabat seperti satu unit computer dengan lagu-lagu yang telah disediakan yang siap untuk diakses pelanggan, layar televisi, *sound system*, *microphone* dan perlengkapan lainnya. Selain itu bentuk usaha ini juga memberikan kenyamanan sesuai kebutuhan pelanggan dan cukup menghibur para pelanggannya.

Hiburan karaoke yang sedang diminati oleh masyarakat saat ini karena memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan. Selain mencari keuntungan, karaoke berkewajiban untuk selalu meningkatkan bentuk pelayanan kepada pelanggan dan juga harus dapat memberikan pelayanan terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan atau masyarakat karena pelayanan yang lebih baik membuat pelanggan puas terhadap perusahaan dan akan menciptakan perilaku konsumen yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dengan begitu pesatnya perkembangan bisnis-bisnis karaoke di kota Batam tentunya perusahaan harus bersaing untuk menarik lebih banyak pelanggan sebanyak-banyaknya. Salah satu objek bisnis hiburan karaoke di kota Batam adalah Inul Vizta *Family KTV* yang sudah tidak asing lagi bagi para warga masyarakat kota Batam terlebih dari kalangan anak muda dan pecinta seni khususnya di bidang oleh *vocal*. Salah satu usaha yang dilakukan dalam realisasi terciptanya ide kreatif dalam hal tujuan mengajak pelanggan sebanyak-banyaknya adalah dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, tentunya untuk memberikan kepuasan tersebut pihak manajemen Inul Vizta *Family KTV* harus berusaha keras

memberikan kualitas pelayanan semaksimal mungkin. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut.

Inul Vizta *Family KTV* merupakan tempat karaoke yang menjadi pilihan masyarakat di kota Batam dikarenakan menyediakan pelayanan yang cukup baik dan tidak kalah dengan para pesaingnya. Usaha ini juga sangat tergantung dari faktor kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, ruang yang nyaman, pemilihan lagu yang lengkap, peralatan teknologi, dan menu makanan dan minuman yang variasi dan lain sebagainya.

Inul Vizta *Family KTV* memiliki fasilitas alat-alat karaoke yang serba digital dan daftar lagu yang selalu memperbarui membuat pelanggan senang dengan memilih lagu kesukaanya sendiri. Selain itu, Inul Vizta *Family KTV* juga memberikan fasilitas parkir bagi pengguna kendaraan pribadi baik roda dua dan roda empat. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Inul Vizta *Family KTV* selalu memberikan sugesti kepada pelanggan yang telah selesai menggunakan jasa hiburan ini untuk leluasa memberikan komentar baik kritik ataupun saran jika ada pelayanan yang kurang atau yang harus ditambahkan sehingga pelanggan merasa bahwa hiburan ini sepenuhnya untuk mengikuti kepuasan.

Inul Vizta *Family KTV* merupakan tempat karaoke yang sering dikunjungi oleh masyarakat kota Batam maupun luar kota Batam. Karaoke Inul Vizta ini kerap kali penuh pada hari-hari tertentu bagi pengunjung yang ingin menghabiskan liburan di tempat hiburan.

Berikut ini adalah data perkembangan jumlah pengunjung Inul Vizta *Family KTV* pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Pengunjung Inul Vizta *Family KTV*

No	Tahun	Jumlah Pengunjung	Δ
1	2015	34.172	–
2	2014	34.528	(356)
3	2013	31.459	3.069
4	2012	30.227	1.232
5	2011	30.311	(84)

Sumber: Bagian administrasi Inul Vizta kota Batam

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah kunjungan pelanggan Inul Vizta *Family KTV* pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 berfluktuasi. Terjadi penurunan masing-masing sebanyak 84 pelanggan pada tahun 2012 dan 356 pelanggan pada tahun 2015. Peningkatan sebanyak 3.069 pelanggan terjadi pada tahun 2013. Berdasarkan observasi awal bahwa berkurangnya keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa ini bisa disebabkan karena semakin banyaknya jasa hiburan lainnya yang dapat dinikmati selain jasa karaoke, misalnya restoran atau *cafe*. Ada beberapa restoran atau *cafe* yang menawarkan jasa tempat kongko dengan berbagai macam hiburan yang menarik selain dari menikmati lezatnya hidangan yang disajikan, yaitu tampilan *live* musik atau berbagai pemandangan dan dekorasi unik yang dapat digunakan pelanggan untuk mengambil foto.

Adapun penurunan kunjungan pelanggan yang terjadi juga dapat dicerminkan oleh berbagai macam bentuk keluhan dari pelanggan. Anggapan dari pelanggan bahwa Inul Vizta *Family KTV* belum memberikan kualitas pelayanan secara maksimal untuk pelanggannya sehingga membuat para pelanggan merasa

kurang puas dan memilih untuk datang ke tempat hiburan lainnya. Terdapat beberapa hal yang menggambarkan puas tidaknya pelanggan terhadap Inul Vizta *Family KTV* selama ini dapat dilihat dari keluhan yang disampaikan pelanggan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Jenis-jenis keluhan dari pelanggan Inul Vizta *Family KTV*

No	Jenis Keluhan	Frekuensi
1	Kelengkapan lagu	77
2	Ruang karaoke yang minim sehingga membuat pelanggan menunggu lama	92
3	Pelayanan kurang ramah	34
4	Promosi kurang menarik	32
5	Fasilitas kurang canggih	26
Total		

Sumber: Data sekunder, 2016

Berdasarkan data komplain di atas menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa belum puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Inul Vizta *Family KTV*. Menyadari bahwa keluhan dari pelanggan tersebut dapat mempengaruhi penjualan Inul Vizta *Family KTV* kemungkinan besar pelanggan yang kurang puas akan menceritakan pengalaman mereka mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Inul Vizta *Family KTV*.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Inul Vista *Family KTV* di Kota Batam**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Ruang karaoke yang minim sehingga menyebabkan pelanggan harus menunggu lama untuk mendapat giliran.
2. Tempat parkir terbatas yang menyebabkan pelanggan harus parkir jauh dari lokasi.
3. Lagu yang tersedia kurang lengkap.
4. Pelayanan staf kurang ramah.
5. Promosi kurang menarik.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah merupakan batasan pada penelitian yang dibuat agar penelitian ini memiliki arah dan tujuan yang jelas. Penelitian ini dibatasi dengan satu variable independen, yaitu kualitas pelayanan (X1); dua variable dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka terdapat masalah yang dihadapi oleh penulis dalam penelitian ini sehingga dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang masalah, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Inul Vizta *Family KTV* di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait serta langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tambahan informasi bagi peneliti yang membutuhkannya.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, dapat mengetahui respon konsumen terhadap pelayanan karaoke Inul Vizta *Family KTV* sehingga dapat menjadi masukan dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi para peneliti untuk melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan tambahan informasi serta menambah wawasan dalam pemasaran khususnya.