

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah Penelitian**

Semakin berkembangnya dunia usaha akhir-akhir ini yang disertai dengan kemajuan teknologi dengan sendirinya akan mengakibatkan semakin tajamnya persaingan, baik pada perusahaan industri manufaktur maupun perusahaan jasa.

Pada perusahaan jasa, segi pelayanan merupakan hal yang menonjol. Memberikan pelayanan yang baik merupakan suatu pendekatan dalam segi pemasaran dengan jalan mencari tahu tentang nilai-nilai yang diharapkan pelanggan, membuat semua orang sadar akan pentingnya hal tersebut, dan meninjau kembali proses pelayanan. Kemampuan tersebut sangat diperlukan oleh setiap perusahaan tidak terlepas juga pada PT. POS Indonesia Persero yang memberikan jasa pelayanan dalam berkomunikasi sehingga bisa dikatakan perusahaan yang bergerak dalam industri jasa.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama

dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan pelanggan, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *Reliabilitas*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible*. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa dibidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

Bila dalam usaha ini mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian adalah **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. POS INDONESIA (Persero)”**.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliabilitas*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. POS INDONESIA (Persero)?
2. Diantara variabel kualitas pelayanan, manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pada PT. POS INDONESIA (Persero)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Agar peneliti mempunyai arah yang jelas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliabilitas*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada PT. POS INDONESIA (Persero).
2. Untuk mengetahui variabel dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. POS INDONESIA (Persero).

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan kualitas pelayanan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Terutama bagi perusahaan jasa, harus

memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan sehingga pelanggan akan puas.

## 2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang kajian manajemen pemasaran jasa serta melengkapi kajian teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.