

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia sekarang semakin tinggi membuat pasar dunia *Smartphone* semakin luas dan peluang ada di mana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi ketat dan sulit di prediksi. Kondisi ini membuat perkembangan teknologi yang sangat pesat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Dimana pada era saat ini *Smartphone* telah menjadi kebutuhan yang sangat penting. Hal ini dapat menyebabkan tumbuhnya berbagai macam bisnis untuk memperbaiki *Smartphone*. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan memperbaiki *Smartphone*. Persaingan antara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang perbaikan (*service*) makin ketat, setiap perusahaan berusaha untuk memberikan yang terbaik dan jaminan serta kualitas yang baik pada konsumen. Perusahaan yang bergerak dibidang ini harus mampu meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan ([www.samsung.com](http://www.samsung.com)).

Setiap tahunnya produk-produk telekomunikasi baru yang bahkan dengan harga yang relatif murah jika dibandingkan dengan teknologi di dalamnya. *Smartphone* merupakan produk dengan teknologi modern dan inovatif. Kini *Smartphone* tidak lagi hanya sebagai alat komunikasi, namun juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup seseorang. Saat ini *Smartphone* yang selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya adalah *Smartphone* Samsung. Secara keseluruhan, *Smartphone* Samsung memiliki keunggulan-keunggulan yang membuat konsumen tertarik untuk membeli dan memaikinya kembali ([www.samsung.com](http://www.samsung.com)).

Samsung merupakan perusahaan elektronik asal korea selatan. Salah satu bagian dari Samsung *Smartphone* adalah Samsung center. Samsung center melayani perikan (*service*), penjualan *Smartphone* Samsung dan penjualan produk Samsung lain-lainnya. Samsung center ada dikota besar di Indonesia. Salah satu cara agar penjualan jasa pelayanan perusahaan agar

lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif ([www.samsung.com](http://www.samsung.com)). Hal ini menjadi salah satu dasar Samsung center untuk memberikan pelayanan pada setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen Samsung center di Kota Padang.

Untuk memperkuat data pada penelitian ini, peneliti melakukan survei awal terhadap 30 orang pelanggan Samsung Center di Kota Padang. Adapun hasil dari survei tersebut akan disajikan dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 1 Data Survei Awal Pada Samsung Center di Kota Padang**

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase
		Ya	Tidak	
1	Pelayanan yang diberikan oleh Samsung Center sesuai dengan harapan anda	19	11	63,33%
2	Fasilitas yang diberikan Samsung Center cukup baik	15	15	50%
3	Saya puas dengan hasil yang sudah diberikan oleh Samsung Center	17	13	56,66%

Sumber : Survei Awal (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui dari survei awal yang dilakukan pada 30 responden yang melakukan perbaikan *Handphone* pada Samsung Center. Terdapat nilai persentase tertinggi yang memilih iya, pada item pernyataan pelayanan dan terdapat persentase terendah pada item pernyataan kepuasan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Samsung Center di Kota Padang puas atas pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan tingginya tingkat pelayanan di Samsung Center.

Hal utama yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen dan juga perusahaan Samsung adalah kepuasan pelanggan dan konsumen agar dapat bertahan dalam memperbaiki *handphone* diperusahaan Samsung Center, agar dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas (Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan akan terbentuk ketika tingkat kepentingan sama dengan kinerja yang dirasakan, sedangkan kepuasan maksimal akan dirasakan ketika kinerja yang dirasakan jauh melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas dan senang (Kotler, 2005).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012). Kualitas dijadikan sebagai tolak ukur bagaimana suatu perusahaan tetap menjadi unggul dalam menyediakan fasilitas pelayanan yang baik bagi para pelanggannya secara konsisten. Dalam hasil penelitian Kuntari,dkk (2016) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan bengkel PT Astra International Tbk-Daihatsu Malang). Hasil membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012) mengatakan fasilitas bagian dari *physical evidence*, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, *physical evidence* meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. Sedangkan menurut (Lupiyoadi & Hamdani, 2009) juga menyatakan fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas

dan model jasa. Hasil kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan membuktikan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Kusuma, 2015)

Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor 2002:312). Kuntari (2003) mendefinisikan kepercayaan sebagai mempercayakan seseorang atau sesuatu untuk menjaga kepentingannya, kepercayaan disini bersandar pada seseorang atau sesuatu yang dipercayai mempunyai konsekuensi dalam hubungan diantara pemberi kepercayaan dan yang diberikan kepercayaan. Dalam hasil penelitian Kesuma, dkk (2015) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh. Menemukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sulthan Hotel Banda Aceh.

Berdasarkan Fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Samsung Center di Kota Padang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya ada beberapa masalah yang akan diteliti, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang ?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Ada pun tujuan penelitian ini dilakukan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang .
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Samsung Center di Kota Padang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sumber masukan dalam melakukan penelitian bagi peneliti selanjutnya, dan penelitian ini menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan kepercayaan Samsung Center di Kota Padang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi manajer Samsung Center di Kota Padang sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi, Terutama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.