BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita teliti, terlebih di era globalisasi terutama dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen. Pengaruh dari hal tersebut yaitu banyak sekali bermunculan inovasi baru yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk jasa. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan oleh adanya kemajuan dan beragamnya inovasi secara tidak langsung menuntut perusahaan untuk menciptakan penawaran suatu produk jasa yang diinginkan oleh konsumen.

Untuk perusahaan hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam industri tersebut. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan permintaan konsumen secara terus-menerus

berganti mengikuti perubahan perkembangan. Konsumen akan menginginkan kualitas pelayanan yang baik dari jasa yang ia pakai sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Konsumen akan beralih kepada produk jasa yang lain apabila kualitas dari pelayanan yang mereka dapat jauh dari apa yang konsumen inginkan.

Perusahaan saat ini harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempetimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Banyak cara yang dapat dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, mislanya dengan memperhatikan faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang memberikan kualitas layanan yang tinggi bagi produk jasanya akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memberikan kualitas layanan yang rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membayar suatu jasa dengan harga yang masuk akal/relative terjangkau, dengan kualitas layanan dari jasa yang ia pakai memenuhi harapannya. Kepuasan konsumen menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Jika kualitas pelayanan lebih rendah dari pada harapan, konsumen akan merasa kecewa, jika sesuai harapan, konsumen akan puas dan apabila melebihi harapan, kemungkinan besar konsumen akan merasa sangat puas dan akan memakai kembali jasa perusahaan tersebut.

Konsumen pada umumnya, cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah dan tidak sedikit konsumen yang banyak memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh

perusahaan itu sendiri, apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan membuat konsumen merasa senang atau puas dan mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi maka akan menjadi penilaian baik bagi konsumen terhadap perusahaan tersebut. Menurut Sitinjak dalam Ndru Prasastono dan Sri Yulianto (2013;4) mengemukakan kepuasan konsumen terdiri dari lima faktor yang mempengaruhinya diantaranya kualitas produk, harga, mutu pelayanan emosional, dan kemudahan, dari kelima faktor tersebut konsumen dapat merasakan dan dapat menilai apakah kualitas layanan yang ditawarkan mampu memberikan perasaan puas atau tidak.

Perasaan-perasaan tersebut memang akan terus ada dalam setiap keinginan para konsumen, maka dari itu perusahaan harus bisa memenuhi perasaan ataupun semua yang diharapkan oleh para konsumen, karena biasanya konsumen akan memberi nilai ataupun respon yang positif terhadap perusahaan itu sendiri, dan kepuasan akan hadir setelah apa yang mereka harapkan telah terpenuhi apalagi melebihi dari apa yang mereka harapkan. Jika hal tesebut dapat dipenuhi oleh perusahaan tersebut maka akan menjadi sesuatu yang baik bagi perusahaan, karena hal tersebut akan menjadi bekal yang sangat berharga bagi perusahaan itu sendiri dalam mengarungi situasi persaingan yang semakin kesini akan semakin ketat dan kian sulit.

Kondisi persaingan seperti ini juga turut dirasakan oleh bisnis jasa service proyektor CV.Visual Projek Bandung. Persaingan tersebut ditandai dengan semakin banyak berdirinya bisnis serupa di kota Bandung untuk memenuhi kebutuhan akan jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan para konsumen. Dengan

kondisi seperti ini, pelayanan dan harga yang ditawarkan pun semakin beragam dan juga bervariasi, hal ini akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap pebisnis dibidang jasa perbaikan projektor. Hal tersebut menuntut pihak pengelola ataupun pemilik perusahaan serupa untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dengan para kompetitornya. Demikian juga halnya pada CV.Visual Projek,dimana sebagai salah satu bisnis jasa perbaikan projektor yang ada di kota Bandung ini, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Berikut adalah tabel perusahaan yang bergerak di bidang yang sama yaitu diantaranya:

Tabel 1.1

Daftar Penjual dan Service Proyektor di Kota Bandung

No	Nama Perusahaan	Lokasi
1.	Indovisual	JL. Kebon Jukut, No. 25 ¹ 29 Kav. 6, Bandung
2	Bandung Visual Mitra Buana	Jalan Jendral Ahmad Yani No.238, Jaya Plaza Lt. Dasar Blok C No.1
2.	Pro Visual	Ps. Cikapundung Elektrik Center, Jl. ABC, Braga, Sumur Bandung
3.	Projection One	Istana BEC Lantai 1 No. 11, Jalan Purnawarman Blok H No.13-15
4.	Sigmavision Bandung	Istana Bandung Electronic Centre 2 Lantai 1 Blok. W10, Jalan Purnawarman, No.13, Bandung
5.	Focuspro	Jaya Plaza, Jl. Jend. A. Yani No.238
6.	Visual Projek	Jaya Plaza, Jl. Ahmad Yani No. 238 Blok R-5 Bandung 40271**)**

Sumber: ASPPRO Bandung (Asosiasi Pengusaha Penjual Proyektor)

Di Indonesia sendiri khususnya di kota Bandung merupakan kota yang memiliki daya tarik cukup tinggi untuk para wisatawan maupun bagi para pengusaha, karena kota ini memiliki berbagai macam daya tarik, seperti jasa transportasi, perhotelan, wisata, kuliner maupun pendidikan. Dalam era

globalisasi saat ini kota Bandung semakin hari semakin maju dan berkembang, hal ini ditunjukan dengan meningkatnya berbagai kebutuhan masyarakatnya akan teknologi informasi dan teknologi visual serta audio yang cukup besar. Kebutuhan tersebut meningkat sesuai perkembangan zaman. Kondisi tersebut dapat terlihat dari perkembangan beberapa teknologi seperti telpon genggam (handphone), komputer, projector dan lain sebagainya. Setiap tahun selalu bermunculan merek-merek serta tipe yang berbeda-beda yang diikuti dengan teknologinya yang semakin beragam.

Saat ini teknologi visual seperti projector banyak dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok ataupun intansi, contohnya seperti universitas ataupun sekolah yang membutuhkan teknologi tersebut untuk mempermudah penyampaian materi dalam kegiatan belajar mengajar ataupun juga instansi pemerintahan dan juga perusahaan-perusahaan besar yang membutuhkan projector untuk kebutuhan operasionalnya seperti untuk persentasi pada saat rapat ataupun yang lainnya agar kegiatan perusahaan ataupun organisasi pemerintahan dapat lebih mudah dan juga lebih efektif. Dalam dunia pendidikan kota Bandung memiliki daya tarik yang cukup tinggi untuk masyarakat, baik itu masyarakat di wilayah kota Bandung maupun luar kota Bandung. Hal ini ditunjukan dengan cukup banyaknya universitas dan sekolah-sekolah dari mulai tingkat dasar hingga menengah. Kota Bandung juga dihuni oleh beberapa universitas ternama baik itu negeri maupun swasta seperti, ITB (Institut Teknologi Bandung) UNPAD (Universitas Padjadjaran) , Universitas Telkom, UNPAS (Universitas Pasundan), UPI (Universitas Pendidikan Indonesia, UNPAR (Universitas Parahyangan, dan yang

lainnya. Berikut merupakan jumlah perguruan tinggi dan sekolah-sekolah yang ada di Bandung berdasarkan beberapa kategori yang sudah diolah oleh penulis :

Tabel 1.2
Jumlah Perguruan Tinggi di Bandung

No.	Kategori	Jumlah
1.	Perguruan Tinggi Negeri	11
2.	Institut	4
3.	Universitas	22
4.	Politeknik	21
5.	Sekolah Tinggi	71
6.	Akademi	30
Total		**159**

Sumber:https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_Perguruan_tinggi_di_Bandung

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa ada cukup banyak perguruan tinggi yang tersebar di kota Bandung yaitu sekitar 159 perguruan tinggi, dengan lima kategori perguruan tinggi yaitu dari mulai negeri, institute, universitas, politeknik, sekolah tinggi, dan juga akademi.

Tabel 1.3
Jumlah Sekolah Dasar-Menengah di Bandung

No	Tingkatan	Status		Jumlah
		Negeri	Swasta	
1.	SD	634	187	821
2.	MI	2	66	68
3.	SMP	54	180	234
4.	SMA	27	115	142
5.	SMK	16	116	132
Total				**1397**

Sumber: pusdalisbang.jabarprov.go.id

Dari Tabel 1.3 dapat diketahui total dari seluruh sekolah yang ada di kota Bandung dari mulai tingkat dasar sampai menengah mencapai 1397 sekolah, ini merupakan pasar yang cukup besar dan menjanjikan, hal tersebut akan menjadi peluang ekonomis bagi perusahaan yang bergerak dibidang penjualan dan jasa

perbaikan projektor. Selain pangsa pasar dalam dunia pendidikan perusahaan yang menjual jasa ini juga masih mempunyai beberapa pangsa pasar yang lain, contohnya perhotelan, café, perkantoran/instansi baik itu pemerintahan maupun swasta yang membutuhkan projector untuk beberapa kepentingan untuk menunjang kegiatan didalam kegiatan mereka. Meskipun peluang pada bisnis ini cukup terbuka, namun dengan bertambahnya pesaing membuat CV. Visual Projek mengalami penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan jasanya. Berdasarkan informasi dari perusahaan jumlah unit projector yang masuk pada periode 2016 seperti yang tersaji pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.4
Jumlah Projektor (Service) yang Masuk Pada CV.Visual Projek Tahun 2016

No	Bulan	Unit masuk		No	Bulan	Unit masuk
1.	Januari	126 unit		7.	Juli	29 unit
2.	Februari	81 unit		8.	Agustus	82 unit
3.	Maret	80 unit		9.	September	73 unit
4.	April	78 unit		10.	Oktober	79 unit
5.	Mei	66 unit		11.	November	82 unit
6.	Juni	83 unit		12.	Desember	47 unit
Jumlah		**514 unit**		**Jumlah**		**392 unit**
Total unit masuk tahun 2016 sebanyak 906 unit						

Sumber: CV.Visual Projek

Selain data unit masuk dari tahun 2016, penulis juga menampilkan data unit masuk sebagai perbandingan agar terhindar dari siklus unit masuk tahunan yaitu hanya ramai pada bulan-bulan tertentu saja. Data yang disajikan adalah data unit masuk dari tahun 2017 yang saat ini sedang berjalan untuk sepuluh bulan ke belakang. Data yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5
Jumlah Projektor (Service) yang Masuk Pada CV.Visual Projek Tahun 2017

No	Bulan	Unit masuk
1.	Januari	41 unit
2.	Februari	45 unit
3.	Maret	65 unit
4.	April	44 unit
5.	Mei	38 unit
6.	Juni	59 unit
7.	Juli	40 unit
8.	Agustus	41 unit
9.	September	78 unit
10.	Oktober	35 unit
Total		**476 unit**

Sumber: CV.Visual Projek

Dari Tabel 1.4 dan Tabel 1.5 dapat diketahui data unit projector yang akan di service masuk pada tahun 2017 mengalami penurunan dibanding tahun 2016, kecuali pada bulan juli unit service yang masuk mengalami kenaikan pada bulan juli 2016 sebanyak 29 unit naik menjadi 40 unit di tahun 2017. Namun meskipun mengalami kenaikan, akan tetapi kenaikan tersebut tidak begitu signifikan karena masih terlampau jauh dengan bulan januari 2016 yaitu sebanyak 126 unit. Unit yang masuk pada tahun 2017 memang mengalami penurunan yang cukup besar bisa dilihat dari perbandingannya pada tiap bulan, hampir pada setiap bulan pada tahun 2017 selalu mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2017.

Salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan pendapatannya yaitu dimulai dari CV.Visual Projek dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dan juga memberikan harga yang cukup bersaing kepada setiap konsumen yang datang dan menggunakan jasa dari perusahaannya, sehingga CV.Visual Projek dapat menjadi solusi yang tepat untuk kebutuhan dan juga permasalahan konsumen akan projektor yang mereka miliki. Kualitas pelayanan

ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan yang nyata diterima oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuia dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV. Visual Projek kepada konsumen akan berdampak langsung pada citra perusahaan tersebut.

Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ada salah satu aspek lain yang juga harus diperhatikan oleh CV. Visual Projek yaitu harga yang di tawarkan. Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang dapat mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Harga sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah sendirinya. Harga juga merupakan unsur yang cukup penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Unsur ini juga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh signifikan pada konsumen dalam keputusannya untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk ataupun jasa dan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

Berdasarkan penjelasan faktor-faktor kepuasan di atas, masih ada faktor-faktor lainnya lagi yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, maka dari itu peneliti telah melakukan penelitian pendahuluan pada CV.Visual Projek dengan

cara membagikan kuisioner kepada 30 responden yang dilakukan secara acak kepada konsumen CV.Visual Projek. Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan pada CV.Visual Projek:

Tabel 1.6
Penelitian Pendahuluan

	No	Pernyataan	Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
Product	1	Service projektor CV.Visual projek sangat baik	2	10	10	7	1
	2	Spareparts selalu tersedia setiap saat	6	15	4	5	
Place	3	Lokasi CV.Visual Projek mudah dijangkau oleh konsumen	8	8	8	6	
	4	Lokasi CV.Visual Projek mudah ditemukan	11	5	5	5	4
Price	5	Harga jasa yang ditawarkan lebih murah dibanding para pesaing	4	5	5	10	6
	6	Harga jasa sesuai dengan apa yang didapat	5	7	10	6	2
Promotion	7	Alat (media) promosi yang digunakan oleh CV.Visual Projek sudah tepat	5	15	5	4	1
	8	Promosi yang diberikan oleh CV.Visual Projek sangat menarik konsumen	5	10	6	4	5
People	9	Karyawan melayani dengan ramah, sopan dan murah senyum	8	7	12	2	1
	10	Karyawan memberikan saran kepada anda	5	10	10	5	
Proccess	11	Memberikan kemudahan dalam proses pembayaran	10	10	5	5	
Physical Evidence	12	Fasilitas yang di CV.Visual Projek sangat baik (wifi,parker,ruangan,dll)	8	9	9	3	1
	13	Ruangan CV.Visual projek bersih	8	15	4	3	
Kepuasan	14	Layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen	3	9	8	6	4
	15	Layanan yang didapat sebanding dengan harga yang dibayarkan	2	7	10	8	3

Hasil penelitian awal menjunjukkan bahwa pernyataan nomor 1 yang terdapat 10+7+1=18 responden pada hasil service projektor sebesar 60% menyatakan tidak setuju. Pernyataan tentang harga (nomor 5 dan 6) yang mempunyai bobot 5+10+6=21 responden pada harga jasa yang lebih murah sebesar 70% dan 10+6+2=18 responden harga jasa service sesuai dengan apa yang didapat sebesar 60% menyatakan tidak setuju. Pernyataan mengenai kepuasan konsumen sebanyak 8+6+4=18 responden pada kesesuaian harapan dan layanan yang diterima sebesar 60% dan 10+8+3=21 responden pada kesesuaian harga dengan layanan yang didapat sebesar 70% menyatakan tidak setuju.

Perhitungan diatas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju kemudian dibagi jumlah kuesioner yang dibagikan yaitu 30 responden di kali 100%. Hasil persentase tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat pada penelitian awal, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil dibandingkan dengan penilaian responden yang menyatakan cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan tabel 1.5 jumlah penjualan jasa, dan hasil penelitian awal dapat mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV.Visual Projek belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jumlah unit masuk dan pendapatan yang berfluktuatif dan cenderung menurun menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh CV.Visual Projek masih belum maksimal, selain itu dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada konsumen masih ada keluhan yang dialami.

Kepuasan konsumen merupakan aspek utama yang harus dipenuhi oleh pihak CV.Visual Projek. Kepuasan merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kepuasan akan terpenuhi jika suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari konsumen, maka dari itu kualitas layanan yang diberikan harus dapat memuaskan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Untuk itu maka kualitas layanan menjadi salah satu unsure yang penting dalam menentukan tingkat kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas layanan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

Selain dari kualitas pelayanan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan seseorang. Harga merupakan unsur yang sangat sensitif bagi konsumen, penetapan harga menjadi hal yang sangat penting untuk bisa memperoleh pelanggan. Kesalahan dalam penetapan harga bisa berakibat fatal bagi perusahaan. Memang dengan harga yang tinggi perusahaan dapat meraih keuntungan lebih besar akan tetapi bagi konsumen harga yang terlalu mahal malah bisa menjadi sebuah ketakutan.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang ada, maka CV.Visual Projek, menyadari akan pentingnya pelayanan jasa karena pada kenyataannya strategi jasa yang dilakukan oleh perusahaan belum optimal dan kurang terlaksana dengan baik. Penayampaian jasa harus dilakukan dengan efektif dan berkesinambungan oleh CV.Visual Projek. Karena hal ini dapat menjadi ujung tombak dalam membentuk pengalaman jasa bagi konsumen dan dapat memperoleh persepsi

konsumen mengenai kualitas jasa secara keseluruhan. Jika konsumen memahami bahwa penyampaian jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan, maka akan tercipta kepuasan dan hal ini memberikan manfaat diantaranya hubungan anatara perusahaan dengan konsumen harmonis, dan dapat terbentuk rekomendasi positif dengan cara *word of mouth* yang akan menciptakan loyalitas konsumen dan pada akhirnya akan meningkatkan laba bagi perusahaan.

Berdasarkan dari uraian dan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh lagi dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang: "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV.Visual Projek Bandung".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang terdapat dalam penelitian. Permasalahan ini meliputi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa CV. Visual Projek.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Persaingan yang ada pada jasa service projektor semakin ketat.
2. Tingkat pembelian service yang berfluktuatif dan cenderung menurun.
3. Tingkat pendaptan mengalalami penurunan.
4. Kualitas layanan yang belum optimal.

5. Harga belum sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen.
6. Tingkat kepuasan masih rendah.
7. Proses perbaikan yang cukup lama.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Konsumen tentang Kualitas Layanan CV.Visual Projek.
2. Bagaimana Tanggapan Konsumen tentang Harga Jasa Service Projektor CV.Visual Projek.
3. Bagaimana Tanggapan Konsumen tentang Kepuasan CV.Visual Projek.
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen CV.Visual Projek baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas Layanan pada Jasa Service Projektor CV.Visual Projek.
2. Tanggapan konsumen Tentang Kualitas Layanan CV.Visual Projek.
3. Tanggapan konsumen Tentang Harga Jasa Service Projektor CV.Visual Projek.
4. Tanggapan konsumen Tentang Kepuasan CV.Visual Projek.
5. Besarnya Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen CV.Visual Projek baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi kedalam dua kegunaan yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan Praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
    a. Menambahkan ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh peneliti dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan. penambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
    b. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
    c. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang industri tahu yang telah ditunjukan oleh teori dan konsep sebelumnya.
2. Bagi pengembangan ilmu manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran melalui pendekatan yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang menyangkut pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti lain
    a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas

pelayanan dan harga.

b. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah di dapat saat perkuliahan dengan realitas yang ada.

2.4.1 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
   a. Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas layanan dan harga yang ditetapkan oleh CV.Visual Projek.
   b. Memahami dan menganalisis kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen merasa puas.
   c. Memahami dan menganalisis keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan kualitas layanan yang diberikan guna menciptakan kepuasan konsumen.
   d. Dapat memahami dan menganalisis harapan yang timbul dari konsumen untuk merealisasikan kinerja yang sesuai dengan harapan
2. Bagi perusahaan

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pihak CV. Visual Projek dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

3. Bagi pihak lain
   a. Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai referensi serta bahan masukan atau tambahan pengetahuan yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.

b. Dengan penelitian ini diharapkan bisa membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen.