# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang Penelitian**

Industri *fashion* saat ini tumbuh dengan pesat di seluruh dunia termasuk di negara Indonesia. Masyarakat Indonesia dikelilingi oleh banyak merek *fashion* yang berasal dari luar negeri maupun dari dalam negeri, atau lebih sering disebut dengan merek lokal. Masing-masing merek *fashion* tersebut menawarkan kelebihan serta keunikan dari produknya yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat dinilai baik oleh masyarakat. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang melahirkan banyak merek lokal baru yang masuk ke dalam industri *fashion* Indonesia.

Persaingan bisnis pada era globalisasi ini semakin pesat. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan meningkatkan daya saing agar mampu bertahan dengan pesaing baru. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan bisnisnya agar menjadi pesaing yang kompetitif. Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan dalam penjualan produk terutama yg bergerak di bidang *fashion* bersaing untuk memberikan produk dan kualitas pelayanan yang terbaik.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan daya saing untuk menghasilkan kepuasan konsumen. Semakin tinggi pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen sehingga *fashion* akan dinilai bermutu. Zeithaml et al. (1996) mengatakan ini mengacu pada sepuluh dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian utama mereka. Namun, dalam penelitian selanjutnya, mereka menemukan korelasi yang kuat di antara dimensi-dimensi tersebut. Mereka menggabungkan dimensi ini dan menerapkan lima dimensi yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy,* dan *Tangibels* sebagai dasar pembuatan alat untuk pengujian kualitas pelayanan, yang dikenal dengan *Servqual.* Dalam penelitiannya, mereka menekankan bahwa *Servqual* adalah skala kualitas pelayanan yang bertahan lama dan dapat diandalkan. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Dengan demikian sebagai upaya untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Perasaan senang hingga kecewa dapat dirasakan jika layanan, produk, dan kinerja sesuai atau tidak dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh loyalitas/kesetiaan terhadap produk. Salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu, dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap merek produk yang di pasarkan. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh keputusan pembelian, setelah konsumen melalui proses mengembangkan kepercayaan pada produk dan layanan yang diberikan, kemudian konsumen dapat memutuskan, menilai dan merasakan kepuasan terhadap layanan produk tersebut.

Mengukur tingkat kepuasan konsumen tidaklah mudah, dilihat dari kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap suatu produk terhadap suatu merek. Dalam bidang *fashion* kepuasan konsumen dapat dijadikan salah satu tolak ukur agar dapat membangun nilai positif terhadap kualitas pelayanan dan produk untuk menciptakan loyalitas konsumen. *Fashion* dapat dikatakan sebagai suatu identitas dalam menggambarkan dan memberikan rasa percaya diri. Konsumen pada umumnya mampu memilih mana yang cocok dengan bentuk tubuh, kenyamanan, dan kepribadiannya. Dalam dunia modern saat ini, *fashion* dapat membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukan status sosial.

Salah satu merek *fashion* lokal hasil karya anak bangsa dari bandung adalah Flashy *Shop*. Flashy *shop* berdiri sejak 1998 dan telah melebarkan sayapnya di kota-kota besar selain Bandung diantara nya Bogor, Yogyakarta, Malang, dan Bali. Merek ini menawarkan berbagai macam produk seperti *clothing*, tas, dan aksesoris. Produk yang dijual Flashy *shop* memiliki ciri khas yang simple dengan warna warna yang elegan. Trend *fashion* yang terus berkembang di zaman modern ini menuntut para pelaku bisnis untuk selalu melakukan inovasi serta terus meningkatkan kualitas terbaik pada produk agar dapat unggul dari pesaing. Dalam hal ini Flashy *shop* mengembangkan produk-produknya dengan mengeluarkan desain terbaru serta dilengkapi dengan warna yang bervariasi. Hal ini bertujuan agar konsumen tidak bosan dan bisa selalu menyesuaikan gaya dengan trend *fashion* yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat masalah tentang ketidakpuasan konsumen, dalam hal ini dilihat sebagai berikut:

1. ketidakpuasan konsumen (*Customer Disatisfaction),* adanya komplain dan keluhan yang diberikan konsumen karena ketidaksesuaian dengan harapan konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Contoh: tidak ramahnya karyawan saat memberikan pelayanan kepada konsumen, dan kesalahan karyawan dengan memberikan produk yang tidak seharusnya konsumen terima.
2. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations),* ketidakpuasan antara harapan konsumen dengan kinerja produk, adanya keluhan yang diberikan oleh konsumen karena terdapat barang yang rusak atau *reject*, dan ketidaktelitian karyawan yang tidak memperhatikan SOP perusahaan. Contoh: ketidaktelitian saat memberikan barang sehingga membuat konsumen tidak puas dan barang tersebut dikembalikan oleh konsumen, dengan ketidaksesuaian tersebut konsumen kecewa atas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen tidak merekomendasikan kepada kerabatnya.

Berdasaarkan permasalahan-permasalahan tersebut maka disebabkan oleh:

1. Faktor Daya Tanggap *(Responsivness),* pimpinan kurang memberi pengarahan yang tepat sehingga karyawan menjadi kurang menanggapi dalam memperhatikan dan tidak memenuhi keinginan konsumen, dan tidak memperhatikan waktu produksi yang berakibat pada keterlambatan saat pengiriman barang. Contohnya: karyawan yang kurang gesit pada saat memproduksi pesanan konsumen yang mengakibatkan keterlambatan pada saat pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang diinginkan konsumen.
2. Faktor Keandalan *(Reliability),* kelalaian karyawan pada saat bekerja sehingga karyawan kurang maksimal dalam memperhatikan keinginan konsumen yang menyebabkan kualitas pelayanan yang kurang memuaskan bagi konsumen seta kurang telitinya karyawan pada proses produksi sehingga menimbulkan ketidakakuratan dengan keinginan konsumen. Contohnya: terdapat bahan-bahan yang cacat atau *reject* pada bagian-bagian tertentu, karena karyawan kurang teliti pada saat melakukan control pada pesanan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat dalam sebuah penelitian yaitu dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FLASHY *SHOP* BANDUNG”**

Atas dasar itu, perlu untuk dilakukan penelitian mengenai apa saja yang membuat konsumen merasa tidak puas dan seberapa besar pengaruh konsumen serta bagaimana upaya yang dilakukan oleh Flashy *Shop* agar usaha nya dapat meningkatkan penjualan di masa yang akan datang.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada Flashy *Shop* Bandung?
2. Bagaimanakah kualitas pelayanan pada Flashy *Shop* Bandung?
3. Bagaimanakah kepuasan konsumen di Flashy *Shop* Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Flashy *Shop* Bandung?
5. Bagaimana hambatan dan upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Flashy *Shop* Bandung, serta upaya apa yang dilakukan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan umum yang ingin dicapai adalah untuk memperoleh, mengolah, dan menganalisis data mengenai pengaruh kualitas pelayanan serta untuk lebih memahami, mengerti tentang kepuasan konsumen dan untuk memperoleh gambaran perbandingan antara teori dengan pelaksanaan dilapangan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Adapun tujuan khusus pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gambaran umum pada Flashy *Shop* Bandung.
2. Mengetahui kualitas pelayanan pada Flashy *Shop* Bandung.
3. Mengetahui kepuasan konsumen pada Flashy *Shop* Bandung.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Flashy *Shop* Bandung.
5. Mengetahui hambatan apa saja yang ada dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Flashy *Shop* Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. **Kegunaan Akademis**

hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Administrasi Bisnis dan sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk peneliti selanjutnya

1. **Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi:

* Bagi peneliti, hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai penerapan ilmu dan teori yang pernah peneliti peroleh selama perkuliahan dalam topik pemasaran, dan sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana satu (S1) Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.
* Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan untuk Flashy *Shop* Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

## **1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah Flashy *Shop* Bandung, yang beralamat di Jalan Dipati Ukur No. 1, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

### **1.5.2 Lamanya Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dalam pengumpulan data-data, pengolahan, hingga pelaporan adalah selama 6 bulan, sebagaimana tersaji pada gambar dibawah ini

**tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian**

