



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini persaingan sangatlah tajam baik itu di pasar domestik ataupun pasar internasional. Agar dapat berkembang atau paling tidak dapat bertahan perusahaan harus dapat menghasilkan produk barang maupun jasa dengan kualitas yang baik. Ada beberapa aktivitas dalam menciptakan kualitas yang baik, salah satu yang terpenting adalah pengendalian kualitas. Pengendalian kualitas penting dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan dan standar yang telah ditetapkan oleh badan yang berwenang.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan barang atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan. Hal ini dimaksudkan agar produk atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di masyarakat selaku konsumen. Dalam perubahan yang sangat cepat yang menjadi menarik bagi perusahaan adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas layanan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk produk, harga, daya tarik iklan yang berbeda dan sebagainya, akan mempunyai keuntungan besar atas para pesaingnya.

Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, waktu penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan para pesaingnya. Konsep produk yang berkaitan dengan reputasi produk sebagai persepsi dari kualitas Kualitas Pelayanan yang hubungannya dengan nama produknya. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan.

Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Usaha ini menyediakan paket dekorasi dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Konsumen yang datang bervariasi ada yang menggunakan jasa dekorasi Wedding, ada yang hanya menggunakan paket rias, paket pelaminan, paket pakaian pengantin dan keluarga, paket tarup, paket foto dan video *shooting*, paket *catering*, sewa alat *catering*, sewa *blower*, papan bunga, musik, tarian dan mc/pembawa acara. Usaha ini bekerjasama dengan beberapa pemilik usaha lain seperti tarup, musik, foto dan video shooting. Perubahan zaman selalu berubah, sehingga konsumen selektif dalam menentukan apa yang diinginkan. Konsumen selalu bervariasi ada yang dari dalam kota dan dari luar kota. Dengan kemajuan zaman seperti saat ini sudah banyak bermunculan pendatang baru yang menjadi kompetitor dalam Dekorasi wedding “Pradipta Dekorasi”.

Ada beberapa usaha yang menjual kegiatan yang sama di daerah kota Tembilahan, lebih kurang terdapat 6 usaha sejenis usaha Dekorasi Wedding yang saya ketahui. Peneliti memilih beberapa usaha lainnya yang menjadi acuan yang muncul suatu permasalahan pada Dekorasi wedding “Pradipta Dekorasi”. Persaingan semakin ketat, banyak pesaing-pesaing baru hal ini yang menjadi permasalahan bagi pemilik usaha Dekorasi wedding “Pradipta Dekorasi”.

Menurut Widyaningtyas (2010), kualitas pelayanan (*service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang



diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti (Tjiptono, 2016) menyatakan ada lima faktor yang digunakan dalam menilai Kualitas Pelayanan yang baik yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keterandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam hal ini dengan perusahaan “Pradipta Dekorasi”. Apabila konsumen merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja harapannya akan berdampak terhadap pemakaian jasa dari konsumen terhadap perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Widyaningtyas (2010) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pula terhadap Kepuasan Konsumen.

Memang bukanlah masalah yang mudah bagi “Pradipta Dekorasi” untuk dapat bertahan selama kurang lebih 4 tahun melayani konsumen di bidang ini, selain harus menyediakan pelayanan terbaik juga ada faktor dari pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak sehingga menyebabkan perusahaan harus “pintar” dalam meyakinkan konsumen. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected*

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan hak cipta atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- peraturan yang berlaku di Indonesia.

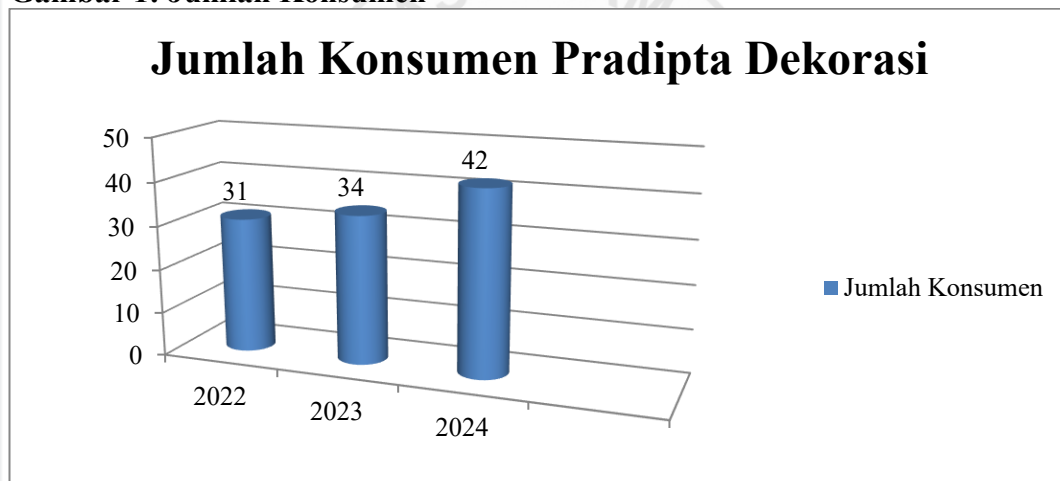
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

services). Menurut Rangga (2014), bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi bila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai / sama dengan apa yang dipersepsikan konsumen.

Selama perjalanan belasan tahun “Pradipta Dekorasi” telah mengalami dinamika yang signifikan dalam melayani konsumen, terutama selama 3 tahun terakhir. Jumlah konsumen menunjukkan tren yang cenderung meningkat, seperti yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 1: Jumlah Konsumen



Sumber: Pradipta Dekorasi, 2022

Jumlah Konsumen yang ditangani “Pradipta Dekorasi” dari tahun 2022 – 2024, jumlah konsumen cenderung meningkat, meski pada tahun 2022 jumlah Konsumen yang di Layani oleh “Pradipta Dekorasi” pada mulanya berjumlah 31 konsumen. data menunjukkan bahwa pada tahun 2023, jumlah tersebut meningkat menjadi 34 konsumen. Trend peningkatan ini berlanjut pada tahun 2024, dimana jumlah konsumen melonjak hingga mencapai 42 konsumen. Kenaikkan 42 konsumen dalam kurun waktu satu tahun ini menjadi sorotan utama, dan kondisi



ini menuntut agar perusahaan segera melakukan telaah dan intervensi yang relevan guna optimalisasi kinerja.

Menurut Tjiptono (2016:54), Kepuasan Konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kepuasan Konsumen merupakan respon emosional dan kognitif Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi) dan terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan Kualitas Pelayanan, dan pengalaman akumulatif).

Jasa Dekorasi wedding juga berkepentingan mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasanya. Tuntutan kesibukan membuat asyarakat memerlukan bantuan *event organizer* atau *Wedding organizer* (WO) dalam mengatur pelaksanaan kegiatan-kegiatan baik bersifat resmi kedinasan atau pribadi. Jasa WO saat ini mengalami pertumbuhan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Jenis usaha *ini juga* mulai tumbuh di Kota tembilahan inhil.

Berdasarkan observasi sementara terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Dekorasi wedding di Kota tembilahan, sebagian konsumen memilih menggunakan jasa WO karena pernah menikmati fasilitas jasa WO ketika menghadiri acara pernikahan relasi dan saudara. Selain itu konsumen juga telah mencari informasi dari konsumen yang pernah menggunakan jasa WO. Dari wawancara singkat dengan beberapa konsumen, kepuasan konsumen cukup terpenuhi dengan menggunakan jasa WO.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Menurut penelitian Rangga, Aida dan Chairul (2014), dalam penelitiannya mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indika Kreasindo *Event Organizer* Pekanbaru” menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dimana *indicator reliability* (keterandalan) adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Keterandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan akhirnya memuaskan.

Definisi kualitas sendiri menurut Kotler dan Keller (2016) adalah “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Sedangkan menurut Tjiptono (2016) mendefinisikan Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Jadi jika disimpulkan pengertian *Service Quality* adalah rangkaian layanan yang diberikan kepada konsumen. Dari *Service Quality* inilah bisa terbentuk Kepuasan Konsumen, dan akhirnya jika Kepuasan Konsumen terjadi berulang – ulang maka terbentuklah Kepuasan Konsumen. Pelaksanaan *Service Quality* yang tepat akan mampu memuaskan konsumen. Kepuasan Konsumen akan terjadi ketika jasa yang diharapkan (*expected service*) sudah sesuai dengan jasa yang diterima (*perceived service*). (Tjiptono, 2016)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam bentuk penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pradipta Dekorasi Tembilahan Inhil**”.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah atau *research questions* atau sering disebut juga *research problem*, memiliki arti sebuah rumusan yang menanyakan suatu kejadian atau fenomena yang ada, baik itu kedudukannya mandiri, atau pun kejadian atau fenomena yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Baik itu sebab atau akibat. Sampai pentingnya rumusan masalah ini pada sebuah penelitian, hingga menjadikan rumusan masalah ini adalah setengah dari penelitian itu sendiri. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pradipta Dekorasi Tembilahan Inhil?
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pradipta Dekorasi Tembilahan inhil?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah penjelasan yang rigid tentang mengapa penelitian dengan topik yang dipilih dilakukan. Pada prinsipnya, tujuan penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah. Jadi, tinggal menarasikan kembali rumusan masalah yang sebelumnya ditulis dalam kalimat



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

tanya menjadi kalimat aktif atau pasif. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk Mengetahui Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pradipta Dekorasi Tembilaan inhil?
- b. Untuk Mengetahui Bagaimana Kualitas Pelayanan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pradipta Dekorasi Tembilaan Inhil?

2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah keuntungan atau potensi yang bisa diperoleh oleh pihak-pihak tertentu setelah penelitian selesai. Pada umumnya, manfaat penelitian dibagi menjadi empat yaitu:

a. Manfaat Akademis

Sebagai Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pradipta Dekorasi Tembilaan Inhil*. Kajian tentang *Tingkat Kualitas Pelayanan* memang sudah cukup beragam. Oleh karena itu, riset ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru.

b. Manfaat Praktis.

Secara praktis, Melalui kajian ini diharapkan Pemilik ataupun Konsumen Pradipta Dekorasi Tembilaan Inhil, memiliki bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan tentang *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Prdipta Dekorasi Tembilaan*.

c. Manfaat Bagi Peneliti



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- Universitas Islam Indragiri
- peraturan yang berlaku di Indonesia.

Di gunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk mengembangkan dan menerapkan pembelajaran berupa teori-teori yang diperoleh di bidang *Wedding organizer* dan Manajemen Pemasaran khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian.

1.4 SISTEMATIKA PENELITIAN

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab Ini Menguraikan Mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Dan Manfaat Penelitian Serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada Bab Ini Menguraikan Tentang Berbagai Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesa Dan Variabel Yang Akan Diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada Bab Ini Menguraikan Tentang Lokasi Penelitian, Jenis Dan Sumber Data, Populasi Dan Sampel, Teknik Pengumpulan Serta Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab Ini Penulis Menerangkan Hasil Penelitian Berupa Penyajian Data (Tabel, Grafik, dll), Analisis Data, Interpretasi Hasil Analisis Data



BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab Ini Penulis Menguraikan Tentang Kesimpulan Dan Saran-Saran Yang Berhubungan Dengan Permasalahan Yang Ada.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.