

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Padatnya aktivitas masyarakat perkotaan menyebabkan tingginya tingkat kebutuhan akan hiburan, misalnya tempat hiburan karaoke keluarga. Khususnya di kota Medan tingkat permintaan akan tempat karaoke lebih tinggi dari pada kuantitas ruangan yang ditawarkan atau yang tersedia di berbagai tempat karaoke keluarga yang ada di kota Medan.

Karaoke berasal dari Bahasa Jepang yaitu 'kara' dari kata karappo yang berarti kosong dan 'oke' dari kata oke sutura atau orkestra. Karaoke berarti sebuah *music orchestra* yang kosong atau tidak dilengkapi dengan suara vokal.

Meski awalnya hanya sekedar hiburan untuk melepas kepenatan, kini menjelma menjadi salah satu bagian yang dianggap mempunyai andil dalam perkembangan dunia musik dan bisnis. Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat persaingan antar karaoke menjadi sangat ketat untuk menarik pelanggan. Persaingan ini kemudian membuat setiap perusahaan yang membangun bisnis karaoke harus meningkatkan kualitas pelayanan demi terciptanya kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai hasil akumulasi dari konsumen atau

konsumen dalam menggunakan produk dan jasa menurut Windarti dalam Amalia (2013).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima / peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan sebaliknya.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga perusahaan semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya. Sehingga pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan pelanggan. Salah satu alat untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan melalui pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011:180), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan menurut Hutasoit (2011: 68). Definisi Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011: 164) “upaya pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil)". Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2008:182) kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: (1) *tangible* (bukti langsung); (2) *reliability* (keandalan); (3) *responsiveness* (daya tanggap); (4) *assurance* (jaminan) dan; (5) *empathy* (empati).

Saat ini telah didirikan berbagai karaoke yang sarannya bermacam-macam, dari umum hingga keluarga. Oleh karena itu, beberapa pengusaha karaoke mendirikan bisnis karaoke keluarga. Salah satu karaoke yang ada di kota Medan ini adalah "Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan" yaitu merupakan salah satu karaoke yang diminati oleh kalangan umum dan keluarga karena Milo Family Karaoke memiliki kesan positif dari pandangan masyarakat tentang karaoke yang biasanya negatif. Salah satu kesan positif yang sudah diciptakan Milo Family Karaoke adalah tidak diperbolehkan anak sekolah berseragam masuk pada saat jam sekolah, menyediakan ruangan untuk sholat khusus muslim, pintu ruangan karaoke menggunakan kaca transparan, karyawan yang selalu menciptakan pelayanan yang baik dan lain-lain.

Dengan semakin ketatnya persaingan didunia bisnis perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang dimiliki agar tingkat kepuasan konsumen juga meningkat. Perlunya peningkatan kualitas pelayanan dalam perusahaan ini karena setiap keinginan atau kemauan konsumen berbeda-beda, hal tersebut mendorong perusahaan harus meningkatkan 5 (lima) dimensi kualitas

pelayanan perusahaan. Hal ini juga akan memperkuat persaingan dengan karaoke-karaoke lain yang ada di kota Medan ini.

Hal inilah yang menjadikan Milo Family Karaoke menjadi lokasi yang tepat untuk melakukan penelitian dalam rangka untuk mengetahui bagaimana dimensi kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan kepada konsumen untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut sangat penting diperhatikan oleh setiap perusahaan, apalagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa agar mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsmen Pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan variabel dimensi kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *tangible* (bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
2. Bagaimana pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?

4. Bagaimana pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
5. Bagaimana pengaruh *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
6. Bagaimana pengaruh *tangible* (bukti langsung), *reliability* (Keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Keluarga Jalan Guru Patimpus Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *tangible* (bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?

3. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
4. Apakah terdapat pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
5. Apakah terdapat pengaruh *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?
6. Apakah terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan yang akan dicapai penulis dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti langsung) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.

4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.
5. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Milo Family Karaoke Jalan Guru Patimpus Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti
Menambah pengetahuan dan wawasan dibidang pemasaran, khususnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
- b. Bagi perusahaan
Memberi masukan dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan konsumen.
- c. Bagi UNIMED
Menambah literatur perpustakaan dibidang penelitian pemasaran khususnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
- d. Bagi peneliti lain
Sebagai referensi bagi peneliti lain yang sejenis di masa yang akan datang.