

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian pada saat ini mengalami perubahan yang meningkat. Hal ini terlihat dari berubahnya kesejahteraan masyarakat yang cenderung meningkat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat munculah berbagai macam kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh masyarakat sehingga hal ini tentu saja membuka kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya. Perubahan tersebut tidak hanya pada segi kuantitasnya saja melainkan dari segi kualitas juga. Meningkatnya kebutuhan masyarakat berarti juga meningkatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat tersebut, dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat.

Perusahaan yang ingin bertahan harus memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri yang akan menjadikan nilai tambah bagi perusahaan tersebut dimata perusahaan lain. Perusahaan juga harus lebih cermat dan tanggap dalam mengamati kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mereka tahu apa yang diinginkan masyarakat dan dapat memenuhi keinginan tersebut.

Pernikahan merupakan peristiwa besar dalam kehidupan tiap-tiap orang, dimana perayaan pernikahan hanya akan dilakukan sekali seumur hidup. Pasti banyak diantara Anda yang ingin merayakannya dengan berkesan. Dan tidak

jarang juga ada pasangan yang telah memiliki impian pernikahan. Maka dari itulah, pemilihan wedding organizer dan vendor pernikahan menjadi penting, agar pernikahan yang diselenggarakan bisa berjalan sesuai dengan harapan dan berjalan lancar.

Dewasa ini kita dapat melihat banyaknya wedding organizer di berbagai kota di Indonesia. Hal ini tidak lepas karena permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan akan wedding organizer yang nyaman dari penyampaian informasi dan representatif dilihat dari *track record* mereka. Bagi sebagian orang fungsi wedding organizer dianggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat dan mengharuskan mereka untuk mengurus pernikahan sehingga tidak ada waktu untuk mengurusnya untuk berbisnis hal ini tentu saja sangat penting, karena mereka membutuhkan jasa yang mengatur acara pernikahan.

Memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan yang pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan pelanggan. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun kepuasan dimata para pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan dimata pelanggan dan masyarakat. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan

beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik dan membuat kurang memuaskan dan menjadi buruk.

Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi keberlangsungan perusahaan, karena dengan kepuasan pelanggan maka kunci kesuksesan perusahaan dapat terjamin. Kepuasan pelanggan sangat berperan penting karena merupakan kampanye eksternal perusahaan sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi perusahaan dan pelindung perusahaan dari kesalahan yang dilakukan. Tujuan dalam mengelola kepuasan pelanggan menurut Nguyen dan Leblanc (2012:243) adalah untuk mengkomunikasikan identitas perusahaan mereka untuk khalayak atau konstituen yang penting bagi perusahaan, sedemikian rupa sehingga mereka mengembangkan dan mempertahankan pandangan positif terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula pada jasa Wedding Organizer (WO), masalah responsiveness (service quality) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan jasa ini. Salah satu penyedia jasa Wedding Organizer (WO) di kota Tasikmalaya adalah Yostien's Wedding Gallery.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari bulan Januari sampai bulan Desember 2015 terlihat jumlah event yang ditangani Yostien's Wedding Gallery sejumlah 94 event yang jumlahnya tidak mencapai target yang sebanyak 120 event dalam satu tahun. Lalu pada tahun 2016 jumlahnya menurun yang hanya

mencapai 87 event, serta di tahun berikutnya di tahun 2017 yang hanya mencapai 80 event saja. Perusahaan ini memiliki target sebanyak 120 event dalam satu tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa dari tahun 2015 sampai 2017 jumlah event tidak mencapai target dan bahkan jumlah event terus menurun dari setiap tahunnya. Dalam hal ini Yostien's Wedding Gallery harus mencari tahu bagaimana hal ini bisa terjadi dan terus berusaha untuk mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan jasa Yostien's Wedding Gallery tersebut.

Berdasarkan wawancara terhadap konsumen yang telah menggunakan jasa WO Yostien's Wedding Gallery, dapat dirangkum keluhan-keluhan yaitu pihak Wedding Gallery Yostien's Tasikmalaya terkadang tidak memberikan atau tidak memenuhi kebutuhan pelanggan seperti tidak memberikan jasa secara tepat waktu sehingga sebagian pelanggan merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan selain itu sering terlambat dalam pemasangan tenda dan dekorasi pernikahan.

Kemudian pihak Yostien's Wedding Gallery Tasikmalaya kurang memperhatikan apa yang membuat pelanggan merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan, seperti membuat pelanggan kecewa contohnya saat kita mengirim pesan ke salah satu karyawan Yostien's Wedding Gallery Tasikmalaya untuk meminta informasi, tetapi karyawan tersebut jarang membalas pesan dari pelanggan serta karyawan Yostien's Wedding Gallery Tasikmalaya kurang sigap dan lamban.

Sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan pesaing tidak hanya terletak pada produk yang mereka tawarkan, dimana konsumen juga memilih perusahaan yang sudah mereka anggap mampu untuk memberikan respon yang cepat, menekankan keramah-tamahan dapat dipercaya dan ketepatan waktu karyawannya dalam memberikan pelayanan. Selain itu konsumen juga mengharapkan perusahaan mampu memberikan respon cara penyelesaian pengaduan dari pelanggan yang merasa tidak puas dengan barang atau jasa yang dikonsumsi maka terbentuk *responsiveness* yang merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Meliza, 2017:7).

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yostien’s Wedding Gallery di Tasikmalaya”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *responsiveness* pada Yostien’s Wedding Gallery di Tasikmalaya.
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Yostien’s Wedding Gallery di Tasikmalaya.

3. Bagaimana pengaruh responsiveness terhadap kepuasan pelanggan pada Yostien's Wedding Gallery di Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Responsiveness pada Yostien's Wedding Gallery di Tasikmalaya
2. Kepuasan pelanggan pada Yostien's Wedding Gallery di Tasikmalaya
3. Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan pelanggan pada Yostien's Wedding Gallery di Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh harapan peneliti dapat berguna untuk terapan ilmu:

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi ke khasanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh responsiveness terhadap kepuasan pelanggan.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai pemasaran perusahaan, dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang terjadi

berdasarkan metode ilmiah, yang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam terapan ilmu.

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pemahaman khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan operasional kedepannya.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan contoh bagi perusahaan lain, terutama yang bergerak di bisnis jasa pernikahan untuk dapat mempelajari pengaruh responsiveness untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Yostien's Wedding Gallery yang berlokasi di Jalan Ir. H. Djuanda (Perempatan Cieunteung) Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 5 bulan yaitu mulai bulan Oktober 2018 sampai dengan Februari 2019.

Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

Aktivitas	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Persiapan administrasi					
Pengumpulan Data					
Penyusunan UP dan Bimbingan					
Seminar Usulan Penelitian					
Pengajuan Kuesioner					
Pengolahan data dan penyusunan skripsi					
Bimbingan dan revisi skripsi					
Sidang skripsi					