

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan bisnis dan teknologi informasi dapat berperan penting di dalam dunia bisnis bagi para pelaku usaha agar mampu bersaing dalam satu pangsa pasar untuk mendapatkan pelanggan agar menggunakan barang atau jasa yang dimiliki perusahaan. Bisnis sendiri memiliki arti yaitu suatu kegiatan jual beli kepada konsumen guna untuk memperoleh laba perusahaan. Kelangsungan bisnis dapat terwujud apabila barang atau bisnis yang dipasarkan dapat di terima dan mampu menarik pangsa pasar, Sedangkan pelaku usaha juga dituntut untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik untuk para konsumen. Definisi dari konsumen yaitu seseorang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, digunakan baik untuk dirinya sendiri, keluarga, teman, maupun orang lain dan tidak untuk di perdagangkan.

Agar mencapai pangsa pasar para pelaku usaha harus mampu mempertahankan usaha nya dengan melakukan berbagai macam strategi pemasaran yang ada agar dapat menjadi keunggulan dari para pesaing pasar. Salah satu sebagai kunci untuk mencapai keunggulan dalam bersaing adalah para pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen nya dan mampu memberikan kepuasan pelanggan. Setelah konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang di berikan maka konsumen tersebut dapat membandingkan barang dan jasa kepada para pesaing, bahkan konsumen akan membeli ulang barang dan jasa tersebut.

Menurutnya (Adrian Payne,2000), jasa merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang berkaitan dengannya,yang melibatkan sejumlah interaksi dengan pelanggan atau dengan barang – barang, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Emitor perubahan kondisi dapat muncul dan produksi layanan mungkin memiliki atau mungkin tidak memiliki koneksi dengan produk fisik.

Adapun manfaat yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan dan *word of mouth*. Menurut (Tjiptono,2014) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan karakteristik bentuk pelayanan jasa yang memberikan kepuasannya baik secara langsung maupun tidak langsung, pelayanan yang baik akan memberikan penilaian yang baik juga dari konsumen.

Menurut definisi (Aderson dan Narus,2003) kepercayaan merupakan sebuah komitmen pada perusahaan lain akan hasil kinerja yang positif. Kepercayaan yang dimiliki konsumen timbul dari kualitas pelayanan yang baik. Kepercayaan merupakan keyakinan atas pelayanan jasa yang diterima dapat digunakan sebagai alat untuk penghubung yang memiliki jangka waktu yang Panjang dengan konsumen. Kepercayaan juga sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebagai contoh banyak perusahaan yang tidak dipercayai konsumen karena konsumen lebih dulu menilai pelayanannya saat menggunakan produk dan jasa yang dimiliki dapat memenuhi standar kebutuhan konsumen atau tidak, jadi kepercayaan atas pelayanan jasa di perusahaan akan selalu menjadi patokan agar konsumen dapat membeli Kembali barang dan jasa tersebut.

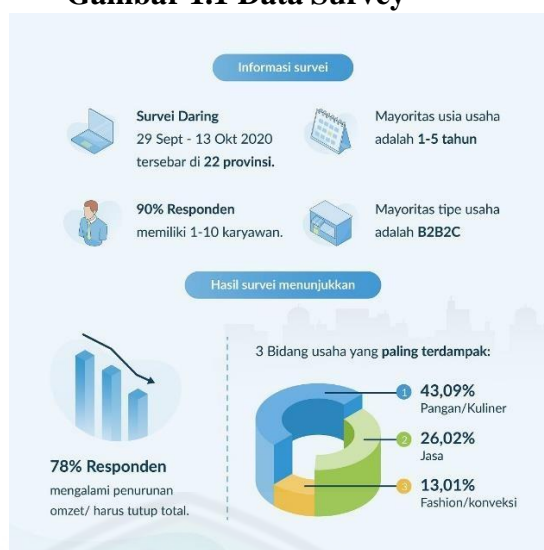
Sedangkan menurut (Hasan,2010) *word of mouth* merupakan bagian strategi promosi dalam kegiatan pemasaran yang menggunakan “orang ke orang” yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu. Perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan kepada konsumennya sehingga konsumen tersebut dapat mengajak konsumen lain untuk menggunakan barang dan jasa yang sama. Word of mouth timbul apabila kualitas pelayanan dan kepercayaan pada konsumen sudah terpenuhi secara maksimal dan konsumen yang mendapatkan kepuasan tersebut akan memberikan masukan positif, dengan adanya word of mouth perusahaan mengalami peningkatan konsumen yang drastis.

Menurut berita yang bersumber dari [kumparan.com](http://kumparan.com) bumi saat ini mengalami pemanasan global (*Global Warming*) semakin meningkat yang berdampak pada lingkungan yang menjadi tidak asri lagi, pemanasan global ini timbul dari efek rumah kaca yang disebabkan oleh banyaknya penggunaan kaca di bumi ini sehingga pantulan panasnya cahaya yang seharusnya keluar jadi masuk ke dalam atmosfer bumi yang menjadikan energi bumi berubah menjadi panas. Oleh sebab itu banyaknya usaha jasa service AC (*Air Conditioner*) sehingga fajar teknik memiliki upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen yang sudah menggunakan jasa fajar teknik tidak beralih ke pesaing lain. Pada fenomena ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan ini berkaitan dengan penggunaan AC (*Air Conditioner*), yang memiliki arti alat atau mesin yang digunakan untuk mengatur suhu tergantung pada suhu ruangan tersebut.

Dan hal ini AC (*Air Conditioner*) tidak lagi menjadi barang mewah bahkan sudah terbilang kebutuhan pokok manusia untuk merasa nyaman. Menurut (Kolcaba,1992) mengungkapkan kenyamanan atau rasa nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia seperti 1) Kebutuhan ketentraman yaitu suatu kepuasan yang meningkatkan penampilan sehari-hari, 2) Kelegaian yaitu telah terpenuhinya segala kebutuhan, dan 3) Transenden yaitu keadaan tentang sesuatu yang melebihi masalah dan nyeri. Kemudian setelah adanya pemanasan global yang membuat lingkungan menjadi rusak pada tahun ini juga memiliki masalah yang berdampak pada seluruh dunia dengan adanya virus covid-19.

Virus covid-19 merupakan virus yang penyebarannya sangat cepat berasal dari Negara China sudah terjadi sekitar satu tahun pada akhir Desember 2019, Negara Indonesia juga termasuk Negara yang terpapar virus covid-19 dengan jumlah 134.042 positif, 1.257.663 sembuh dan 38.753 meninggal dunia, dan berimbas juga kepada perekonomian negara. Berikut jumlah data UMKM sektor Kuliner, Jasa, Konveksi yang paling terdampak saat pandemi covid-19 :

**Gambar 1.1 Data Survey**



Sumber : [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)

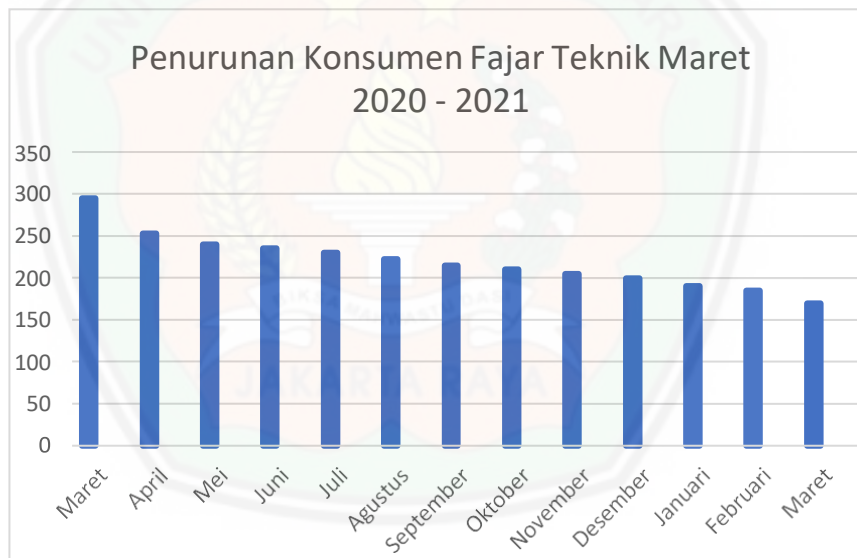
Berdasarkan data temuan yang ada diatas, sebanyak 78% responden mengaku mengalami penurunan omzet, dengan kategori yang terbesar terdapat pada penurunan lebih dari 20% (67,5%). Penurunan yang ada terjadi hampir menimpa seluruh bidang usaha. Dalam data, terdapat tiga jenis usaha yang mengalami dampak paling besar adalah kuliner (43,09%), jasa (26,02%), dan *fashion* (13,01%). Meski mayoritas responden melakukan pemasaran secara *online* dan *offline* (63,40%), hal ini tetap tidak dapat memperbaiki kegiatan usaha yang ada, karena efek pandemi yang menyeluruh dan mengakibatkan menurunnya daya beli konsumen.

Dampak penurunan omzet diikuti oleh terhambatnya kegiatan operasional dan finansial usaha. Sebanyak 65% responden mengalami masalah pada kegiatan usaha, seperti usaha harus tutup sementara, kesulitan adaptasi *work from home* (WFH), serta 24% masalah operasional bersumber dari pelanggan seperti menurunnya daya beli konsumen. Survei juga menunjukkan responden mengalami masalah finansial. Sebanyak 68% responden mengalami masalah keuangan internal, seperti kenaikan biaya operasional untuk protokol kesehatan (masker dan *hand sanitizer*), dan harus menggunakan modal kerja pribadi. Sementara itu, 26% responden mengaku kesulitan dalam mengajukan pinjaman ke bank.

Akan tetapi pelayanan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik sedang terhambat dengan adanya wabah covid-19. Penyebab dari virus covid-19 yaitu mengalami penurunan jumlah konsumen di karenakan konsumen yang takut akan terpapar virus, oleh sebab itu konsumen lebih mementingkan menjaga fisik mereka dibandingkan harus mendapatkan pelayanan jasa tersebut. Sehingga pelayanan yang diberikan menjadi tidak maksimal.

Pelayanan jasa service AC (*Air Conditioner*) sangat berat membutuhkan keahlian dalam melakukannya. Pelayanan jasa tersebut juga harus siap melayani keluhan kesah para konsumen dan harus sabar menangani dengan sepenuh hati. Fajar Teknik tidak hanya melayani service saja namun juga menerima penjualan dan pembelian berbagai macam tipe AC (*Air Conditioner*).

**Grafik 1.1 Penurunan Konsumen Fajar Teknik (2020 – 2021)**



Diperoleh dari sumber : Jasa Service AC Fajar Teknik Bekasi Utara

Pada data Penurunan Konsumen Fajar Teknik dari data yang diperoleh pada tahun 2020 bulan maret perusahaan ini mengalami penurunan setiap bulannya, dan konsumen berjumlah 295 konsumen. Penurunan yang drastis di bulan maret 2021 di karenakan pandemi covid-19 yang dikhawatirkan oleh konsumen, maka konsumen lebih mengikuti pesan pemerintah untuk mematuhi protokol Kesehatan dan menjaga jarak.



Perusahaan tidak lagi memiliki solusi untuk kendala yang seperti ini. Kemudian dengan berjalannya waktu perusahaan Fajar Teknik berharap adanya peningkatan setiap bulannya. Kemudian baik buruknya kualitas pelayanan dapat di nilai konsumen dari bagaimana karyawan melayani konsumennya dengan sesuai harapannya, karena kualitas pelayanan ini memiliki dampak langsung terhadap citra perusahaan tersebut. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan baik, konsumen juga akan memberikan pengaruh positif atau dapat perusahaan mendapat *feedback* baik dari konsumen, dan jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik atau tidak maksimal maka konsumen akan memberikan penilaian yang sebaliknya bahkan konsumen tidak akan membeli atau menggunakan barang atau jasanya kembali (*re-buying*).

Berdasarkan fenomena data diatas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara Pada Masa Pandemi Covid-19”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penelitian menemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara pada masa pandemi Covid-19?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi utara pada masa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi utara pada masa pandemi covid-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi utara pada masa pandemi covid-19.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara pada masa pandemi covid-19.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Ilmu pengetahuan  
Sesuai dengan penelitian ini diharapkan Untuk menambah wawasan dan pembelajaran ilmu tentang kualitas pelayanan, kepercayaan, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan dalam bidang pemasaran pelayanan jasa.
2. Bagi Akademisi  
Sebagai studi perbandingan karya ilmiah yang sejenis, serta dapat menambah katalog penelitian pada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk membantu teman – teman yang ingin membuat penelitian.

### 3. Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk memberikan dorongan dan masukan kepada jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik agar kedepannya lebih baik lagi dalam pelayanan jasa yang diberikan ke konsumen pada masa pandemi covid-19.

## 1.5 Batasan Penelitian

Membatasi permasalahan perusahaan guna untuk mencegah terjadinya masalah baru yang tidak berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan pada jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara.
2. Objek yang diteliti yaitu para konsumen jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara.
3. Variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, *word of mouth* dan kepuasan pelanggan jasa service AC (*Air Conditioner*) Fajar Teknik di Bekasi Utara.
4. Periode pengambilan data konsumen jasa service (*Air Conditioner*) Fajar Teknik dari bulan Maret 2019 - Maret 2020.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematik dalam penulisan proposal skripsi ini, disusun sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membuat literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya dan model konseptual penelitian pada umumnya.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.



#### **BAB IV HASIL DAN GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisi uraian tentang deskripsi data hasil penelitian pengolahan data hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Berisi uraian tentang pokok-pokok kesimpulan dan saran-saran yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian.

