

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan komponen penting dan bahkan telah menjadi bagian strategi organisasi atau perusahaan dalam memberikan kepuasan pada pelanggan, dan mampu memberikan kontribusi dalam memenangkan persaingan. Sehingga untuk dapat bertahan dan berkembang, perusahaan harus mampu memberikan layanan yang berkualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, dimana layanan yang diberikan harus lebih baik dari pesaingnya. Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan (Kotler & Keller, 2012).

Memberikan kualitas layanan yang baik adalah sebuah keharusan, karena pelanggan memiliki keinginan untuk senantiasa dipuaskan. Pelanggan memiliki harapan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal, dalam hal ini pelanggan ingin diperlakukan secara profesional serta mendapatkan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Parasuraman et al.. (1988)

dalam buku Lupiyoadi (2006), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh Perusahaan Jasa Keselamatan dan Kesehatan Kerja (PJK3) PT. Centra Gama Indovisi (Centra Safety) untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, antara lain perbaikan fasilitas gedung, menambah peralatan pendukung kegiatan pelatihan, tenaga instruktur yang kompeten serta meningkatkan kemampuan staf operasional dalam memberikan pelayanan kepada para peserta disaat pelatihan berlangsung, dan hal-hal lain yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Namun demikian upaya tersebut masih dirasakan kurang optimal, karena perusahaan menyadari bahwa dengan semakin bertambahnya perusahaan-perusahaan baru yang memiliki izin sebagai perusahaan dibidang Pembinaan Jasa Keselamatan dan Kesehatan Kerja (PJK3) menjadikan persaingan bisnis semakin ketat, hal ini membuat setiap perusahaan harus memiliki keunggulan untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama dari PJK3 PT. Centra Gama Indovisi, bila ingin mempertahankan

pelanggannya, hal ini senada dengan Zeithamal dan Bitner (1996) dalam Lupiyoadi dan Rambat (2006) menyatakan bahwa “faktor penentu utama kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan”. Pasuraman (1998) dalam Lupiyoadi dan Rambat (2006) menyebutkan dimensi kualitas terdiri dari Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*)

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap perbandingan antara tingkat harapan yang telah ada didalam benak mereka dengan kinerja aktual yang mereka alami. Pelanggan tidak akan puas jika penyedia jasa gagal memenuhi ekspektasi pelanggan. Sebaliknya, pelanggan akan puas jika kinerja penyedia jasa melebihi ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Ketidakpuasan pelanggan (Tjiptono, 2012) memunculkan sejumlah risiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, komplain pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi ke pasar.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas**

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Keselamatan dan Kesehatan Kerja PT. Centra Gama Indovisi”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

7. Variabel apakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan
2. Untuk menganalisa variabel *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan
3. Untuk menganalisa variabel *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan
4. Untuk menganalisa variabel *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan
5. Untuk menganalisa variabel *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan
6. Untuk menganalisa variabel *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan

7. Untuk menjelaskan variabel apa yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada berbagai pihak, sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kontribusi dan rekomendasi dalam menentukan strategi yang akan diambil dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggan atau peserta pelatihan
2. Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat memberi tambahan wawasan peneliti dari berbagai bidang ilmu manajemen dan khususnya lagi bagi para peneliti di bidang manajemen pemasaran
3. Bagi semua pihak, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi referensi dalam penelitian serupa atau menjadi bahan perbandingan pada penelitian selanjutnya