

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era modern ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap perusahaan membutuhkan inovasi dan kreatifitas dalam menjalankan bisnisnya agar dapat terus bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Terlebih bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang *Event Organizer* gantangan lomba burung, tidak hanya menyediakan tempat yang layak namun juga tentang sistem penjurian yang di suguhkan. Hal ini dapat dilihat dari maraknya fenomena kemunculan *Gantangan* atau tempat perlombaan burung.

Pertumbuhan gantangan di kota Jombang saat ini masyarakat yang dulunya hanya sekedar berlomba, kini mulai bergeser ke *experiences* atau pengalaman. Kini Masyarakat yang telah berkunjung ke gantangan ini, ramai-ramai mengunggah fotonya ke media sosial, salah satunya *Facebook*. Dari foto-foto yang diunggah tersebut terlihat kenyamanan tempat dan keunggulan *event-event* yang mereka kunjungi.

Peluang ini juga membuat persaingan yang semakin ketat di kota Jombang. Persaingan yang ketat perlu diantisipasi oleh pengusaha Event organizer khususnya di kota Jombang. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha dibidang *Event organizer* yakni dengan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kepuasan konsumen

dianggap sebagai penentu sikap pascapembelian dan mencerminkan sebagai hasil positif atau negatif, yang berasal dari pengalaman pribadi konsumen, kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) diartikan sebagai fungsi dari seberapa sesuainya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha dibidang *event organizer* yakni dengan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kotler (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan

Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, hal ini disebabkan karena berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir, membuat konsumen menyadari bahwa mereka mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diterima, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh diperolehnya kepuasan.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, keberlangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen merupakan

evaluasi pembeli dimana sekarang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan *event* gantangan NINESTAR BC Jombang, bahwasanya mereka puas atas *event* gantangan NINESTAR karena pelayanan yang diberikan pihak penyelenggara sudah baik meskipun terdapat pelanggan yang kurang puas, begitu juga citra NINESTAR BC Jombang di Jombang baik dimana setiap melaksanakan *event* selalu sukses sehingga pelanggan merasa puas.

Dalam menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai maupun citra dari merek yang dimilikinya. Semakin baik penilaian konsumen, akan semakin tinggi pula kepuasannya. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut (Cronin dan Taylor 2009).

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2012). Perusahaan dalam memberikan kepuasan pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2012). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun,

ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Citra NINESTAR BC di Kabupaten Jombang sangatlah baik dimana setiap melaksanakan event selalu sukses sehingga pelanggan merasa puas, dalam melaksanakan event hadiah yang ditawarkan menarik pelanggan sehingga ini membuat citra NINESTAR BC dikenal baik.

Citra merek juga mempunyai peluang untuk mencapai kepuasan dan menciptakan sebuah loyalitas pelanggan. Menurut Setiadi (2014), citra terhadap suatu merek menjadi dasar pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan mempunyai citra merek yang baik maka para pelanggan dapat mengenali produk atau jasa yang akan dibelinya, mengetahui kualitas produk tersebut, dan memperoleh pengalaman dari produk tersebut yang kemudian bisa merekomendasikan kepada orang lain. Merek juga merupakan hal terpenting, karena merek akan membawa citra suatu perusahaan. Merek adalah nama, istilah, tanda atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing (Kotler dan Keller, 2010).

Perusahaan harus berusaha menciptakan citra merek di masyarakat tentang produknya yang nyaman agar mempunyai keunggulan kompetitif di bidangnya. Citra merek adalah sebuah persepsi mengenai sebuah merek yang direfleksikan sebagai asosiasi yang ada di benak konsumen Keller (2012). Asosiasi ini dapat tercipta karena pengalaman langsung dari konsumen atas barang dan jasa atau informasi yang telah dikomunikasikan oleh perusahaan itu sendiri. Pada akhirnya, citra merek tetap memegang peranan penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Citra merek menurut Kotler (2011) adalah sejumlah keyakinan tentang merek. Pengembangan citra merek dalam pembelian sangatlah penting dan citra merek yang dikelola dengan baik akan menghasilkan konsekuensi yang positif.

Memiliki *image* yang baik di mata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra dapat mendukung dan merusak nilai yang konsumen rasakan. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperpuruk kestabilan suatu perusahaan. Istijanto (2005) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Dengan ini peneliti membuat penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Event Gantangan NINESTAR BC Jombang”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *event* gantangan NINESTAR BC Jombang ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *event* gantangan NINESTAR BC Jombang ?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ini bermaksud agar penelitian ini dapat menjadi lebih terarah serta dengan dukungan data yang tersedia, maka ruang lingkup penelitian yaitu :

1. Tidak dilakukan pembahasan aspek lain selain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan konsumen.
2. Waktu penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu selama bulan April 2019 sampai selesai.
3. Penelitian ini bertempat pada *Event* Gantangan Ninestar BC Jombang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan *event* gantangan NINESTAR BC Jombang

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek terhadap Kepuasan pelanggan *event* gantangan NINESTAR BC Jombang.⁴

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh diperguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan

2. Manfaat praktis

Dapat digunakan sebagai data dan bahan pertimbangan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *event* gantangan NINESTAR BC Jombang