

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perayaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merupakan pesta (keramaian dan sebagainya) untuk merayakan suatu peristiwa. Perayaan biasanya melibatkan banyak orang dengan tujuan yang sama, yaitu untuk memperingati suatu hal, baik yang bersifat keagamaan, nasional, maupun pribadi. Salah satu perayaan yang sering kita jumpai adalah pernikahan. Pernikahan menurut UU Nomor 1 tahun 1974 (pasal 1) merupakan ikatan lahir dan batin antara seorang pria dan wanita sebagai suami dan istri dengan tujuan membentuk keluarga (rumah tangga) yang bahagia lahir maupun batin dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Pernikahan adalah perayaan sakral yang bersifat keagamaan yang menyatukan dua insan. Namun kini seiring dengan perkembangan zaman, pernikahan bukan hanya perayaan sakral, namun pernikahan juga menjadi suatu momen bahagia sekali seumur hidup yang dilaksanakan dengan meriah.

Dekorasi menjadi salah satu unsur yang dapat memeriahkan sebuah perayaan, dengan menghias suatu tempat dengan *lighting*, kain, karangan bunga, dan ornamen-ornamen tambahan lainnya yang ditata sedemikian rupa sesuai dengan tema yang diinginkan agar terlihat lebih apik dan menarik. Bukan hanya itu, dekorasi pada sebuah perayaan kini menjadi hal bergengsi dan mampu

menjadi tolak ukur tingkat kemakmuran penyelenggara. Hal tersebut kini menjadi *trend* di masyarakat, maka tidak heran banyak orang yang rela mengeluarkan biaya fantastis untuk mengikuti *trend* tersebut, sekaligus untuk menunjukkan eksistensi mereka. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat peluang usaha yang menjanjikan yakni usaha layanan jasa dekorasi.

Usaha jasa dekorasi termasuk ke dalam jenis usaha kecil. Menurut UU Nomor 20 tahun 2008 pasal 1, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Berikut merupakan kriteria usaha kecil menurut UU Nomor 20 tahun 2008 pasal 6:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* resmi Pemerintah Kabupaten Buleleng tahun 2017, jumlah usaha kecil yang ada di Kabupaten Buleleng adalah sebanyak 468. Maka dari itu, penting halnya untuk melakukan pengembangan khususnya dalam bidang pemasaran agar mampu bersaing, salah satunya adalah dengan melaksanakan penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu UKM yang menyediakan jasa layanan dekorasi di Kecamatan Seririt. UD. Viana Dekorasi merupakan *pioneer* usaha jasa dekorasi di Kecamatan Seririt. Usaha ini didirikan oleh Ibu Ketut Unik Diah Utami pada tahun 2002 yang masih berjalan hingga saat ini dan sudah bertahan selama hampir 2 dekade. Berdasarkan hasil wawancara, Ibu Unik selaku pemilik dari UD. Viana Dekorasi mengatakan bahwa usaha dekorasi ini mampu bertahan karena selalu menjaga kepuasan pelanggan. Namun, UD. Viana Dekorasi pada 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi jumlah permintaan. Berikut adalah tabel jumlah permintaan UD. Viana Dekorasi pada tahun 2017-2019

Tabel 1.1
Jumlah Permintaan UD. Viana Dekorasi Tahun 2017-2019

| Tahun | Triwulan | Jumlah Permintaan | Presentase |
|--------------|----------|-------------------|------------|
| 2017 | I | 37 | 17,96% |
| | II | 29 | 14,08% |
| | III | 66 | 32,04% |
| | IV | 74 | 35,92% |
| Total | | 206 | |
| 2018 | I | 53 | 22,36% |
| | II | 51 | 21,52% |
| | III | 77 | 32,49% |
| | IV | 56 | 23,63% |
| Total | | 237 | |
| 2019 | I | 42 | 23,86% |
| | II | 39 | 22,16% |
| | III | 43 | 24,43% |
| | IV | 52 | 29,55% |
| Total | | 176 | |

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah permintaan UD. Viana Dekorasi mengalami fluktuasi, dimana jumlah permintaan mengalami peningkatan sebesar 31 permintaan (2017-2018) dan selanjutnya mengalami penurunan sebesar 62 permintaan (2018-2019), hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya penurunan jumlah permintaan, menunjukkan kepuasan

pelanggan dalam menggunakan jasa di UD. Viana Dekorasi mengalami penurunan.

Kepuasan pelanggan memiliki peranan penting untuk mempertahankan pelanggan sehingga penyedia jasa harus mampu memberikan pelayanan terbaik dan mempertahankannya agar tercipta kepuasan pada pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Quddus (2014) yaitu tingkat kualitas layanan yang tinggi mengarah ke tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Kotler dan Amstrong(2015) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana kinerja produk yang dirasakan memenuhi harapan pembeli. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja sampai melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Maka dari itu, pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada penyedia jasa yang memiliki kualitas layanan yang baik dan mampu memenuhi ekspektasi atau harapannya.

Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2011). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi dan konsumen bisa menjadi pelanggan dalam waktu yang cukup lama (Syahputri, 2019). Hal-hal yang dilakukan oleh UD. Viana Dekorasi untuk menjaga kualitas pelayanan

diantaranya adalah (1) Selalu menjaga kualitas ornamen-ornamen dekorasi yang akan disewakan. Viana Dekorasi rutin melakukan pengecekan bulanan terhadap barang-barang yang akan disewakan, apabila ada kerusakan maka barang-barang tersebut tidak akan disewakan namun akan segera diperbaiki sampai barang tersebut layak untuk disewakan, (2) pemasangan dekorasi dilakukan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh konsumen, (3) Viana Dekorasi memiliki banyak pilihan dekorasi dari dekor tradisional sampai modern, sehingga konsumen memiliki banyak opsi, (4) Viana Dekorasi selalu memberikan *discount* atau potongan harga kepada pelanggan setia pengguna jasa Viana Dekorasi, dan (5) Viana Dekorasi menjalin hubungan dan komunikasi yang baik kepada setiap konsumen, dengan menanggapi keluhan konsumen, juga menerima segala kritik dan saran yang diberikan.

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Semakin tinggi derajat kepercayaan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakannya (Susilo, 2018). Menurut Tatang dan Mudiantono (2017), kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai harapan pelanggan bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Perusahaan jasa yang berpengalaman di bidangnya dan memiliki informasi yang bermanfaat bagi konsumen, dapat menumbuhkan kepercayaan pada konsumen. Kepercayaan konsumen menurut Mowen (2012:312) adalah “semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”. Maka dari itu, penting halnya bagi perusahaan untuk memberikan *feedback* positif atau manfaat kepada konsumen agar tercipta kepercayaan. Berikut adalah beberapa hal

yang dilakukan UD. Viana Dekorasi dalam upaya menjaga kepercayaan pelanggan: (1) UD. Viana Dekorasi berusaha untuk selalu menepati janji atau memenuhi *request* konsumen, (2) UD. Viana Dekorasi memiliki tenaga ahli dibidang dekorasi yang mampu memecahkan masalah yang ada di lapangan dan menata ruangan dengan apik sesuai dengan budget konsumen, (3) Katalog dekorasi menggunakan foto asli yang didapat dari hasil dokumentasi, sehingga konsumen lebih yakin dan memberikan ekspektasi sesuai foto agar konsumen tidak khawatir lagi akan item atau dekorasi yang dipesan berbeda dengan ekspektasi konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2017) mengemukakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ismail (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Purwanto (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada bank sultra, baik secara simultan maupun parsial. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto (2015) yang mengemukakan bahwa tiga dimensi dari kualitas pelayanan yaitu jaminan, keandalan, dan perhatian masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sarker (2017) menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yaitu responsif dan bukti fisik tidak berpengaruh terhadapkepuasan pelanggan. Tuerah (2015) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa kualitas layanan administrasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa.

Kepercayaan atau *trust* merupakan hal penting yang didapat oleh konsumen ketika perusahaan jasa mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan tersebut. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saidani (2019) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sahanggamu (2015) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut didukung pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Mawey, dkk (2018) yang menyatakan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dan adanya perbedaan mengenai hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka penting dilakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD. VIANA DEKORASI”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada UD. Viana Dekorasi adalah sebagai berikut:

1. Terjadi fluktuasi jumlah permintaan pada UD. Viana Dekorasi pada tahun 2017-2019

2. Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian berkaitan dengan pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan sebagai variabel bebas pada UD. Viana Dekorasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi.
3. Pengaruhkepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi.
4. Pengaruhkualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan pada UD. Viana Dekorasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu UD. Viana Dekorasi untuk menentukan kebijakan melalui informasi yang didapat dalam penelitian ini, khususnya mengenai kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.