

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran adalah langkah awal yang dilakukan oleh perusahaan ataupun instansi dalam memperkenalkan suatu produk dan berupaya mempertahankan pelanggan. Kegiatan pemasaran sangat penting dalam mensukseskan produk terhadap pasar. Banyak dari perusahaan berkompetisi dalam menampilkan atau menyajikan produk mereka dengan semenarik mungkin sehingga pemasaran adalah salah satu aspek penentu bahwa perusahaan tersebut bisa diterima atau tidaknya oleh kalangan masyarakat luas. Pemasaran yang baik cenderung dapat mempengaruhi perilaku konsumen (khalayak umum) terhadap produk yang ditawarkan.

Dengan cara membuat konsumen merasa nyaman dengan suatu pelayanan yang berkualitas, maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan hal tersebut, pelayanan yang berkualitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam melayani kebutuhan pelanggan, karena dapat menjadi suatu bentuk promosi yang sangat baik. Dengan demikian, perusahaan telah menjalankan suatu bentuk pemasaran yang efektif dan

efisien, karena dapat melakukan bentuk promosi dalam pelayanan terhadap pelanggan yang dilakukan perusahaan.

Disamping itu tingkat kualitas jasa dari sebuah perusahaan kepada pelanggannya juga sangat penting, karena hal tersebut menjadi salah satu alasan dimana pelanggan akan bertahan atau tidak. Bentuk kualitas jasa yang baik akan mempengaruhi sikap pelanggan terhadap perusahaan. Semakin tinggi kualitas jasa, semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan oleh pelanggan. Mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa. Membuat pelanggan tetap loyal adalah senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan jasa, perusahaan jasa harus bisa menciptakan *loyalty* tidak cukup hanya *satisfaction*, karena kepuasan bukanlah tujuan akhir. Perusahaan sebaiknya tidak boleh berhenti apabila telah memberikan kepuasan kepada pelanggannya, tetapi terus berupaya bagaimana menciptakan agar pelanggan tersebut tidak berpindah ke perusahaan jasa lain dan pelanggan menjadi semakin loyal. Penerapan Kualitas jasa yang baik akan dapat memuaskan pelanggan dan pada akhirnya akan membuat pelanggan loyal. Memiliki pelanggan yang loyal merupakan aset dan kunci sukses sebuah perusahaan jasa karena dapat meningkatkan laba.

Maka dari itu, PT. Field Dymension Indonesia yang berorientasi kepada jasa dan mengutamakan kepentingan

pelanggan(*client*) sebagai penyedia jasa riset pemasaran. Dengan berorientasi kepada jasa dan mengutamakan kepentingan pelanggan(*client*), PT. Field Dymension Indonesia berupaya untuk melakukan peningkatan dan memperbaiki pelayanan jasa baik dari sisi sumber daya manusia hingga ketepatan waktu agar pelayanan yang diberikan dapat menjadi lebih berkualitas.

Atas dasar itu pula penulis memberi judul Karya Ilmiah ini **“Analisis Hubungan Kualitas Jasa Dengan Loyalitas Pelanggan pada PT. Field Dymension Indonesia.”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah penulisan Karya Ilmiah ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas jasa PT. Field Dymension Indonesia?
2. Seberapa besar hubungan kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan di PT. Field Dymension Indonesia?

C. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penulisan karya ilmiah ini:

1. Untuk dapat mendeskripsikan kualitas jasa pada PT. Field Dymension Indonesia.
2. Untuk dapat mengetahui hubungan kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan pada PT. Field Dymension Indonesia.

Adapun manfaat dari penulisan karya ilmiah ini:

a. Bagi Penulis

- 1) Dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas jasa dan hubungannya terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diperoleh dari pendidikan formal.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk menambah informasi yang bermanfaat dan menjadi pertimbangan pihak perusahaan dalam memahami, membantu, dan menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi didalam perusahaan.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang kualitas jasa dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi Penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah atau sebagai wacana.