

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan gawai X merupakan salah satu perusahaan senior di bidang produksi dan penjualan gawai. Dengan menjadi perusahaan senior, perusahaan gawai X harus senantiasa menjaga kualitas produk yang dijual. Selain menjaga kualitas produk, perusahaan gawai X harus dapat menjaga kepuasan konsumen salah satunya dengan menyediakan *service center*. Hal ini dilakukan karena *service center* adalah salah satu hal yang bertujuan untuk menunjang kepuasan *customer* sehingga dapat menjadi kelebihan gawai X karena masih banyak perusahaan gawai lain yang masih belum berfokus pada penyediaan *service center*. Banyak pengguna gawai X telah mengetahui bahwa biaya servis di *service center* resmi gawai X jauh lebih mahal daripada *service center* tidak resmi, namun masih saja banyak pengguna gawai X yang tetap mempercayakan produknya terhadap layanan *service center* gawai X karena *brand image* gawai X yang masih bagus di pandangan *customer*. Layanan yang diberikan oleh *service center* gawai X bukan hanya untuk melakukan perbaikan gawai yang rusak, namun juga terdapat layanan mereset gawai, penjualan *spare part accessories* gawai hingga penjualan *unit* gawai. Berdasarkan fakta tersebut, maka dipilih *service center* gawai X di pusat perbelanjaan gawai di Surabaya untuk dianalisa kinerja *service center*, kepuasan *customer*, serta mengidentifikasi *gap* antara keduanya.

Pada studi literatur, terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai hubungan *service quality* dengan kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Agyapong (2011) dengan judul “*The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)*” merupakan penelitian dengan tujuan memeriksa hubungan antara

*service quality* dan *customer satisfaction* pada industri utilitas (telekomunikasi) di Ghana. Dari hasil penelitian tersebut, dihasilkan bahwa terdapat hubungan positif antara *service quality* dan kepuasan pelanggan Vodafone. Penelitian yang dilakukan oleh El Saghier (2015) dengan judul “*Managing Service Quality: Dimensions of Service Quality (A Study in Egypt)*” merupakan penelitian dengan tujuan memeriksa hubungan *service quality* hotel dengan kepuasan *customer* hotel. Dari hasil penelitian tersebut, didapatkan bahwa terdapat *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan *customer* yang menghasilkan kesuksesan hotel. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wantara (2015) dengan judul “*The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Library Services*” dilakukan untuk menginvestigasi efek dari *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* pada perpustakaan Universitas Trunojoyo. Hasil yang didapatkan dari penelitian adalah pada perpustakaan, *service quality* dan *customer satisfaction* secara langsung berhubungan dengan *customer loyalty*, yang menyimpulkan bahwa *service quality* dan *customer satisfaction* saling berhubungan erat. Dari penelitian-penelitian tersebut, terdapat beberapa objek penelitian yaitu pada industri utilitas (telekomunikasi), industri hotel, serta perpustakaan mengindikasikan bahwa terdapat hubungan antara *service quality* dengan *customer satisfaction*. Maka pada penelitian ini dilakukan untuk mengkonfirmasi apakah terdapat hubungan antara *service quality* dengan *customer satisfaction* pada objek yang berbeda yaitu pada *service center* gawai X.

Pada penelitian ini, digunakan beberapa analisis yaitu analisis faktor konfirmatori untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan *customer*, analisis *cluster* untuk menggolongkan *customer service center* gawai X Surabaya, *importance performance analysis* (IPA) untuk menganalisa variabel apa yang perlu di tingkatkan dan variabel apa yang

sebaiknya dikurangkan, serta menggunakan *customer satisfaction index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan *customer* secara keseluruhan terhadap pelayanan *service center* gawai X di pusat perbelanjaan gawai kota Surabaya. Di kota Surabaya, terdapat dua *service center* gawai X yang berada di dalam pusat perbelanjaan gawai yaitu *service center* gawai X di Plasa Marina Surabaya, serta di WTC Surabaya. Oleh sebab itu, penelitian akan dilakukan di kedua tempat tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, didapatkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *Tangible*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Assurance*, serta *Reliability* pada kinerja *service center* gawai X terhadap kepuasan *customer service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya?
2. Apakah faktor dominan *service quality* yang berpengaruh terhadap kepuasan *customer service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya?
3. Apakah penilaian *customer* terhadap kinerja *service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya?
4. Apa usulan untuk perbaikan kinerja *service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana pengaruh *Tangible*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Assurance*, serta *Reliability* pada kinerja *service center* gawai X terhadap kepuasan *customer* pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya.

2. Mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan *customer service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya.
3. Mengetahui penilaian *customer* terhadap kinerja *service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya.
4. Mengusulkan perbaikan untuk kinerja *service center* gawai X pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya.

#### **1.4 Batasan Masalah**

1. Penelitian akan dilakukan pada pusat perbelanjaan gawai di Surabaya yaitu WTC Surabaya, dan Plasa Marina Surabaya

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini, menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini, menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, menjelaskan mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan untuk melakukan dari awal hingga penyelesaian penelitian.

**BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini, dilakukan penjelasan data hasil kuesioner yang berisi profil responden, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan *customer service center* gawai X.

**BAB V : ANALISA DATA**

Pada bab ini, dilakukan analisa data kuesioner dan output SPSS mengenai uji-uji yang dipakai untuk penelitian ini.

## BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, disampaikan kesimpulan yang didapat dari penelitian, serta saran untuk penelitian berikutnya.