

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi yang semakin canggih dan persaingan dunia usaha yang semakin tajam, semua industri dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan jasa secara berkesinambungan serta tetap berorientasi pada kepuasan pelanggan atau konsumen sangat diharapkan baik industri yang bergerak dibidang jasa maupun barang agar mampu menembus pasar bebas dan bersaing dalam skala internasional.

Perkembangan bisnis dalam bidang jasa ini semakin berkembang. Pada perusahaan jasa, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen menjadi penentu untuk keberhasilan suatu perusahaan jasa untuk usahanya. Fasilitas yang digunakan sebagai media pendukung pun sangat berpengaruh terhadap jalannya usaha.

Di dalam riset kepuasan hal ini sangat dominan dan secara tidak langsung menunjukkan cara konsumen bereaksi terhadap pengalaman konsumsi. Kepuasan dengan layanan adalah salah satu faktor penentu yang sangat penting di dalam pengulangan perilaku konsumen. Kepuasan pelanggan atau konsumen adalah tahapan awal yang harus ditindak lanjuti untuk meningkatkan *market share* yang akan mendatangkan profit bagi usahanya. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa (Bahrudin, 2016)

Manajemen selalu mengadakan penelitian guna mengetahui siapa, bagaimana, kapan, dimana dan mengapa konsumen membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kita harus memiliki *data base* pelanggan dengan cara mengambil *data base* kemudian diolah menjadi informasi, informasi diolah lagi menjadi *knowledge*, yang bersama dengan pengalaman digunakan untuk mempertajam keputusan bisnis.

Kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan/tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun (Kotler, 2019:7). Harga disebut sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk (Samsul Ramli, 2013:51). Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja (Assauri, 2014:223).

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2019:45). Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung (Tjiptono, 2016:317). Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang perusahaan berikan harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan mudah oleh perusahaan (Nisa Marwa, 2018:2).

Saat ini, fenomena yang terjadi dalam dunia pendidikan dan masih menjadi perhatian banyak pihak adalah munculnya banyak lembaga bimbingan belajar, mulai dari jenjang sekolah dasar hingga sekolah menengah. Kehadiran bimbingan belajar sangat diminati oleh masyarakat, khususnya di perkotaan. Para orang tua berbondong-bondong memasukkan anaknya ke bimbingan belajar agar

tingkat kecerdasan anak tersebut meningkat.

PT. Pendidikan Ganesha Operation merupakan suatu badan usaha yang bergerak dibidang jasa pendidikan yang dikelola terpusat. Keunggulan yang dimiliki PT. Pendidikan Ganesha Operation yaitu mampu memberikan pendidikan untuk siswa yang ingin meraih impiannya seperti mendapatkan nilai tinggi dalam pelajaran, mendapatkan peringkat di kelas, masuk SMP/SMA/PTN favorite sesuai dengan harapan siswa. PT. Pendidikan Ganesha Operation akan memosisikan sebagai citra belajar bagi siswa untuk meraih impiannya sesuai dengan moto PT. Pendidikan Ganesha Operation *“We Help You Make Your Dreams Come True”*.

PT. Pendidikan Ganesha Operation yang berlokasi di daerah Buaran Jakarta Timur tempatnya sangat strategis dengan begitu dapat mudah di akses oleh para pengunjung. Setiap ruangan dilengkapi dengan fasilitas AC yang dingin dan sejuk sesuai dengan suasana dan peralatan bimbingan belajar serta cahaya yang cukup untuk meningkatkan kualitas fasilitas. Kenyamanan memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang untuk belajar, kemudahan untuk dijangkau, tempat parkir, ketersediaan informasi, petunjuk-petunjuk dan bentuk-bentuk lain menjadi ciri khas kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada di PT. Pendidikan Ganesha Operation Unit Buaran.

**Gambar 1.1. Grafik Jumlah Siswa Ganesha Operation Unit Buaran**



Sumber : Data internal Ganesha Operation Unit Buaran (2019-2023)

Berdasarkan Gambar 1.1. data internal jumlah siswa Ganesha Operation Unit Buaran selama lima tahun berturut-turut sangat fluktuatif. Sementara itu, Ganesha Operation Unit Buaran sebagai sebuah perusahaan mengharapakan bahwa setiap tahun jumlah siswa harus mengalami kenaikan karena kenaikan jumlah siswa merupakan hal yang penting untuk Ganesha Operation Unit Buaran sebab akan berdampak langsung pada pendapatan perusahaan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Salim, dkk (2019), Dewi dan Nellyaningsih (2020), Arifin (2023), Gafi dan Bakkareng (2023). Mereka memperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian Hadyarti dan Kurniawan (2022), bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pendidikan Ganesha Operation Unit Buaran.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di jabarkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus PT. Pendidikan Ganesha Operation Unit Buaran). Rumusan masalah penelitian :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pendidikan Ganesha Operation unit Buaran

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya berkaitan dengan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan sehingga penulis memperoleh gambaran mengenai aplikasi ilmu yang didapatkan di bangku perkuliahan

#### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT. Pendidikan Ganesha Operation dalam mengembangkan kebijakan perusahaan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

#### **3. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini untuk memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat terhadap tempat penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi pengetahuan tambahan bagi masyarakat.