

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

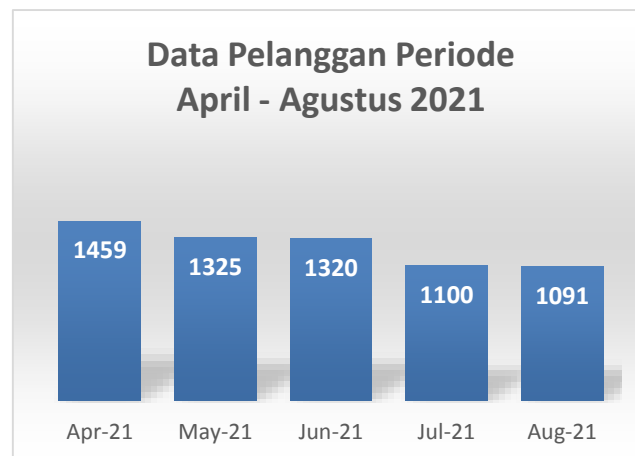
Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan jasa. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut diajukan untuk menarik minat pelanggan, sehingga pelanggan cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan layanan yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani pelanggan. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan.

Selama 5 tahun terakhir, olahraga *golf* semakin banyak diminati terutama oleh masyarakat menengah ke atas. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya tempat-tempat *golf* yang nyaman dan juga memiliki berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh para *golfer*. Perkembangan tersebut usaha dibidang tempat tentunya berdampak bagi para pengusaha tempat *golf* karena persaingan akan semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanan yaitu reliabilitas (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangible*).

Parahyangan *Golf Club* Bandung merupakan salah satu yang diminati pemain dalam dunia usaha tempat olahraga *golf*. Bersaing dengan 7 perusahaan *golf* lainnya di kota Bandung menjadikan Parahyangan *Golf Club* harus selalu siap memberikan layanan maksimal terhadap konsumen yang datang, terlebih lagi perusahaan ini merupakan perusahaan yang baru bergerak dibidang *golf* dibandingkan dengan perusahaan *golf* lainnya. Akan tetapi masih banyak peluang usaha yang dirasa belum maksimal sehingga penjualan masih belum stabil dan masih mengalami penurunan, padahal fasilitas yang tersedia sudah lengkap dan kualitas alat dan perlengkapan *golf* pun lebih baik dari kompetitor lainnya. Seharusnya dengan fasilitas yang dimiliki, perusahaan lebih dapat menarik minat pelanggan untuk memilih tempat olahraga *golf* yang mereka kunjungi namun pada kenyataannya Parahyangan *Golf Club* Bandung belum berhasil dalam menguasai persaingan jasa *golf* di kota Bandung. Hal ini disebabkan oleh kualitas pelayanan yang dilakukan oleh manajemen belum maksimal.

Terletak di daerah Pihak Parahyangan *Golf Club* Bandung juga menyadari pentingnya loyalitas pelanggan (*golfer*). Sedangkan loyalitas pelanggan sendiri sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Parahyangan *Golf Club* Bandung. Karena itu, Parahyangan *Golf Club* Bandung menyadari perlunya penelitian kualitas pelayanan jasa untuk mengetahui penilaian dan harapan pelanggan (*golfer*) terhadap fasilitas layanan yang telah disediakan. Tingkat Loyalitas Pelanggan (*golfer*) merupakan tolak ukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung. Semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (*golfer*) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

yang diberikan oleh pihak Parahyangan *Golf Club* Bandung semakin baik jika pelanggan puas dan loyal dengan pelayanan yang diberikan Parahyangan *Golf Club* Bandung maka akan semakin banyak pelanggan yang datang untuk bermain *golf* di Parahyangan *Golf Club* Bandung.



Sumber: Parahyangan Golf Club Bandung

Gambar 1.1 Data Pelanggan Parahyangan Golf Club Bandung

Gambar diatas menunjukkan grafik pelanggan Parahyangan *Golf Club* Bandung dari bulan April 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021. Terlihat bahwa pelanggan yang datang terus relatif mengalami penurunan, pada bulan April diketahui jumlah pelanggan mencapai 1.459 orang, pada bulan Mei diketahui jumlah pelanggan mencapai 1.325 orang, pada bulan Juni diketahui jumlah pelanggan mencapai 1.320 orang, pada bulan Juli diketahui jumlah pelanggan mencapai 1.100 dan pada bulan Agustus diketahui jumlah pelanggan mencapai 1.091 orang. Peneliti mengasumsikan hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal sehingga pelanggan merasa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang mereka harapkan serta persaingan semakin

gencar sehingga tidak sedikit pelanggan yang beralih ke tempat lain. Agar tetap mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, manajemen harus terus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan tersebut mampu dikategorikan sebagai pelanggan setia atau loyal terhadap perusahaan.

Menciptakan loyalitas pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah, mengingat banyak yang harus diperhatikan diantaranya kerja keras, perbaikan kualitas dan keseriusan dalam membangun kualitas yang terbaik, namun yang paling penting yaitu memberikan jasa pelayanan yang melebihi kualitas tinggi dan kompeten secara konsisten supaya dapat memenuhi target bahkan melebihi harapan dari pelanggan selaku penerima jasa yang diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung. Loyalitas Pelanggan akan dapat terpenuhi apabila pelanggan merasa apa yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan dari perusahaan.

Kemudian sebagai data pendukung dalam penelitian ini penulis melakukan pra survei kepada pelanggan Parahyangan *Golf Club* Bandung. Berdasarkan hasil observasi lapangan, kemudian peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 orang pelanggan yang bermain *golf* di Parahyangan *Golf Club* Bandung. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui tingkat loyalitas pelanggan Parahyangan *Golf Club* Bandung berdasarkan kualitas pelayanan pada dimensi *Tangible*, *Emphaty*, *Responsiveness*, *Reliability* dan *Assurance* yang diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Prasurvei Mengenai Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Presentase	
				S	TS
1	Bangunan dan Lapangan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung sangat Baik sehingga memudahkan saya dalam bermain golf	12	18	40%	60%
2	Sarana dan prasarana pendukung di Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung sangat Baik sehingga memudahkan sangat lengkap sehingga memudahkan saya ketika bermain golf	14	16	47%	53%
3	Karyawan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung berkomunikasi yang baik dan sopan kepada anda	15	15	50%	50%
4	Karyawan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung mendengarkan Keluhan kebutuhan dan keinginan anda	11	19	37%	63%
5	Karyawan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung memberikan kecepatan pelayanan dan ketepatan waktu ketika melayani anda ketika bermain golf	14	16	47%	53%
6	Karyawan dan staf Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung sangat profesional	15	15	50%	50%
7	Karyawan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung memiliki pengetahuan serta memahami Tugas Pokok dan Fungsi ketika melayani anda bermain golf	12	18	40%	60%

Sumber : Hasil Kuesioner Prasurvei

Berdasarkan Hasil Pra Survei diatas peneliti mengasumsikan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan Parahyangan *Golf Club* Bandung belum sepenuhnya baik dimana pada hasil kuesioner menunjukkan masih banyaknya responden yang menjawab tidak setuju pada pernyataan yang diberikan yang mengindikasikan masih terdapat masalah yang harus disegera diatasi oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung dimana pada aspek mendengarkan Keluhan kebutuhan dan keinginan memperoleh respon negatif tertinggi pada variabel Kualitas Pelayanan

dengan presentase 63% yang tentunya harus segera diperbaiki dengan baik sehingga loyalitas pelanggan dapat dicapai, selain itu peningkatan kualitas pelayanan secara menyeluruh perlu dilakukan mengingat banyaknya respon negatif yang diterima sehingga menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara maksimal oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung.

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Prasurvei Mengenai Dimensi Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Presentase	
				S	TS
1	Saya akan bermain golf kembali di Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung	14	16	47%	53%
2	Saya akan merekomendasikan Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung kepada orang lain	12	18	40%	60%
3	Saya akan menyampaikan hal positif dari Parahyangan <i>Golf Club</i> Bandung kepada orang lain	14	16	47%	53%
4	Saya mudah terpengaruh oleh bujukan atau rayuan orang lain untuk bermain golf ditempat lain	10	20	33%	67%

Sumber : Hasil Kuesioner Prasurvei

Berdasarkan Hasil Pra Survei diatas peneliti mengasumsikan bahwa Loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung belum sepenuhnya loyal dimana pada hasil kuesioner menunjukkan masih banyaknya responden yang menjawab tidak setuju pada pernyataan yang diberikan yang mengindikasikan masih terdapat masalah yang harus disegera diatasi oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung dimana pada pernyataan saya tidak akan terpengaruh oleh bujukan atau rayuan orang lain untuk bermain golf ditempat lain memperoleh respon negatif tertinggi pada variabel Loyalitas Pelanggan dengan presentase 67% yang tentunya harus segera diperbaiki dengan baik sehingga loyalitas pelanggan dapat tercapai dengan baik

dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

Faktor yang memungkinkan mengapa pelanggan tidak datang kembali ke Parahyangan *Golf Club* Bandung karena kurangnya nilai kepuasan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengunjung sehingga menimbulkan loyalitas yang kurang baik. Setiap pengunjung memiliki tingkat kepuasan tersendiri sehingga dapat mempengaruhi suatu loyalitas, dimana loyalitas tersebut dapat memenuhi kebutuhan khusus dari pelanggan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dapat menjadi faktor dimana pelanggan akan loyal dengan perusahaan, tidak hanya loyal namun pelanggan akan melakukan hal lebih seperti merekomendasikan kepada orang lain, memberikan komentar yang positif dan juga tidak akan berpindah ke pesaing jika kriteria tersebut sesuai dengan yang diberikan oleh perusahaan dalam hal ini Parahyangan *Golf Club* Bandung.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Parahyangan *Golf Club* Bandung dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Parahyangan *Golf Club* Bandung.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam menyelesaikan masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, maka diperlukan identifikasi masalah sehingga hasil analisis selanjutnya dapat terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian, Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas Pelayanan Parahyangan *Golf Club* Bandung belum maksimal mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung untuk bermain golf.
2. Kurangnya fasilitas fisik (sarana dan prasarana) oleh pihak Parahyangan *Golf Club* Bandung sehingga membuat pelanggan merasa kurang puas dan kurang loyal.
3. Kurang cermatnya pihak Parahyangan *Golf Club* Bandung dalam menangani dan mendengarkan Keluhan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.
4. Pelayanan jasa yang kurang handal, tepat dan cepat terhadap pelanggan serta Bangunan dan Lapangan yang dinilai kurang baik oleh pelanggan
5. Olahraga golf lebih sedikit diminati oleh masyarakat dikarenakan harga yang dinilai lebih mahal untuk kelas menengah ke bawah, sehingga *Brand Awareness* untuk perusahaan masih rendah dan kemampuan konsumen dalam mengenali identitas perusahaan masih rendah
6. Penyediaan fasilitas bermain *golf* yang masih belum memadai, lokasi yang jauh dari pusat kota serta harga yang dinilai mahal sehingga memungkinkan orang dengan tingkat ekonomi menengah ke atas yang hanya bisa bermain golf.
7. Rendahnya tingkat loyalitas pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan dalam suatu penelitian perlu dikemukakan, hal ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus pada pokok permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Penelitian ini dibatasi dengan hanya meneliti kualitas pelayanan yang mempengaruhi tingkat Loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung
2. Bagaimana Loyalitas pelanggan Parahyangan *Golf Club* Bandung
3. Sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan yang telah diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung terhadap Loyalitas Pelanggan

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun hal-hal yang menjadi dasar maksud dan tujuan dari penelitian ini, diantaranya :

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah mengungkap pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang hasilnya dituangkan dalam karya ilmiah berupa

skripsi. Selain itu penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dalam meraih gelar Strata 1 (Sarjana) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1 Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Parahyangan *Golf Club* Bandung kepada pelanggan.
- 2 Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung.
- 3 Mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung juga diharapkan sebagai sarana pengembang ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

2 Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan tentang bidang studi manajemen bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Hasil ini juga dapat dijadikan acuan sebagai bahan perbandingan antara teori yang dipelajari dan didapatkan peneliti selama mengikuti perkuliahan dengan hasil dari peneliti yang didapat dari penelitian di lapangan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Manfaat dan kegunaan penelitian secara praktis dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi masukan yang berguna bagi perusahaan, perusahaan dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dalam memberikan kualitas pelayanan pada pelanggan guna mendapatkan pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi. Sehingga pada akhirnya perusahaan dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

b. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk menambah ilmu pengetahuan dan bisa membuka wawasan yang luas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Parahyangan *Golf Club* Bandung dalam melakukan evaluasi terhadap perbaikan kualitas jasa pelayanannya, sehingga badan pengelola Parahyangan *Golf*

Club Bandung dapat melakukan berbagai tindakan agar pelanggannya merasa puas dan jumlah pelanggannya semakin meningkat.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan pada Parahyangan *Golf Club* Bandung yang berlokasi di jalan Saridewata No. 1 Kabupaten Bandung.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian dimulai pada tahap awal pada bulan Juli 2022 sampai bulan Januari 2023 hingga dijadwalkan sampai penelitian ini selesai.

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

NO	kegiatan	Tahun 2022																											
		Juli				Ags				Sep				Okt				Nov				Des				Jan			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■																											
2	Pengumpulan Data			■	■	■	■	■	■																				
3	Pengolahan Data									■	■	■	■	■	■	■	■												
4	Penyusunan Usulan Penelitian																	■	■	■	■								
5	Pengajuan SUP																					■	■	■	■				
6	Sidang SUP																									■	■	■	■
7	Revisi Data																												
8	Revisi Pengolahan Data																												
9	Revisi Penyusunan Skripsi																												
10	Pengajuan Sidang Akhir																												

Sumber : Data diolah Peneliti