

BAB I

PENDAHUIUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, banyak sekali jenis usaha bisnis yang bermunculan termasuk pada toko pakaian. Perusahaan di industri pakaian jadi saat ini sangat beragam dan berkembang pesat. Sebagai pelaku pasar, produsen memiliki kesempatan untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Dengan meningkatnya persaingan dan jumlah pesaing yang tinggi, membuat setiap para produsen harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi permintaan para pelanggan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan para pelanggan maka akan memberikan informasi penting bagi produsen dalam merancang pelayanan prima yang tepat untuk menciptakan kepuasan bagi para pelanggan.

Perkembangan dunia bisnis semakin hari berkembang dengan pesat. Hal ini merupakan salah satu dampak yang baik bagi para pengusaha untuk melihat peluang bisnis yang ada. Dalam kehidupan di era modern saat ini, penampilan menjadi kebutuhan penting yang tidak terpisahkan dan menjadi gaya hidup yang dibutuhkan oleh masyarakat milenial saat ini. Melihat jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak, tidak sedikit para pengusaha yang tertarik untuk menjalankan suatu bisnis pakaian. Masyarakat merupakan konsumen yang selalu mengharapkan adanya pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pesaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan, sehingga pelayanan sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, maka konsumen cenderung untuk kembali dan membeli ulang barang dan jasa yang telah dibelinya.

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitas kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, supaya pelanggan selalu melakukan pembelian kepada perusahaan. Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk

mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak toko pakaian harus berpedoman pada pelayanan prima.

Menurut Barata (2019:30), “variabel pelayanan prima tersebut ialah kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan tanggung jawab (*accountability*)”.

Pelayanan prima juga harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh kedepan dan juga harus diupayakan terus menerus untuk meningkatkan kemampuan dalam pelayanan supaya dapat menumbuhkan dedikasi dan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk barang di toko pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur tanpa melirik atau memakai produk lain.

Toko pakaian Black Bae Shop merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian (*fashion*). Toko Black Bae Shop terletak di Gumawang, Belitang, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Sumatera Selatan 32382. Toko Black Bae Shop merupakan usaha bidang pakaian yang menyediakan berbagai macam jenis produk dan model pakaian wanita & laki- laki. Model pakaian wanita seperti kemeja, atasan, gamis, daster, rok plisiket, celana panjang & pendek dan untuk model pakaian laki-laki seperti kemeja, baju kaos, celana panjang dan pendek, serta baju obral khusus anak-anak, selain pakaian Black Bae Shop juga memiliki beberapa produk lain seperti topi, peci, tas, ikat pinggang, pampers, dan tembakau. Toko Black Bae Shop menjual pakaian wanita dan laki-laki yang bisa dipakai oleh kalangan anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Untuk jenis produk yang di perjual-belikan oleh Toko Black Bae Shop memiliki daya tarik tersendiri bagi pelanggan dan berhasil memiliki banyak konsumen, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang di Toko Black Bae Shop Belitang Oku Timur.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Toko Pakaian Black Bae Shop mengenai jumlah pelanggan yang berkunjung selama 5 tahun terakhir. Berikut ini jumlah rata-rata pengunjung yang datang ke Toko Pakaian Black Bae Shop Belitang Oku Timur.

Tabel 1.1
Jumlah Rata-Rata Pengunjung Toko Pakaian Black Bae Shop
Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	6,720
2019	7,800
2020	3,600
2021	4,800
2022	4,320

Sumber: Toko Pakaian Black Bae Shop, 2023

Dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa jumlah konsumen yang datang melakukan pembelian mengalami peningkatan dan mengalami penurunan mulai dari tahun 2020 sampai 2022, dimana tahun 2018 terdapat 6,720, tahun 2019 naik 7,800, tahun 2020 menurun 3,600, tahun 2021 naik 4,800 dan ditahun terakhir menurun 4,320. Pada tahun 2020 menurun drastis dikarenakan adanya Covid-19. Berdasarkan rata-rata jumlah pendapatan bersih pertahun yang didapatkan ialah 50 juta, selain itu jenis pakaian yang paling laku ialah seperti baju kaos, atasan, celana pendek dan daster.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Pakaian Black Bae Shop yaitu Bapak Rangkuti Hasan, pelayanan prima yang telah diterapkan ialah menunjukkan sikap yang ramah, lemah lembut, dan memperhatikan penampilan pada saat melayani pelanggan serta sabar dalam menghadapi perilaku pelanggan. Dengan demikian pada toko pakaian Black Bae Shop belum sepenuhnya menerapkan pelayanan prima, untuk itu kualitas pelayanan prima harus ditingkatkan sesuai dengan variabel A6 pelayanan prima. Menurut Barata (2019:30), variabel A6 pelayanan prima yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan tanggung jawab (*accountability*), apabila tidak ditingkatkan maka pelanggan akan berpaling pada toko pakaian lain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Sebuah perusahaan harus benar-benar mengetahui dan memahami mengenai perilaku para pelanggan tentang yang dibutuhkannya dan yang diinginkannya supaya pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan ialah “perasaan puas atau

kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil ekspektasi” (Kotler dan Keller, 2016:153). Kepuasan pelanggan akan timbul jika kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi oleh produk dan pelayanan yang berkualitas.

Namun berdasarkan pengalaman penulis pada saat melakukan pembelian di Toko Pakaian Black Bae Shop dihadapkan beberapa masalah menyangkut pelayanannya yaitu saat bertanya warna baju yang lain karyawan hanya bilang tidak ada warna tersebut tanpa merekomendasikan warna yang terbaik di Toko Pakaian Black Bae Shop. Selain itu juga karyawan hanya diam dan melihat saja pada saat saya berkunjung tanpa bertanya mau pilihan yang mana, dan juga saat saya melakukan pembayaran karyawannya hanya berekspresi datar tanpa senyum dan tanpa mengucapkan terima kasih.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis bermaksud ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Pakaian Black Bae Shop. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kualitas Pelayanan Prima terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Black Bae Shop, Belitang Oku Timur.”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada usaha Toko Pakaian Black Bae Shop yang terletak di Gumawang, Belitang Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Sumatera Selatan 32382. Subjek penelitian yang diteliti pada penelitian ini yaitu pelanggan di Toko Pakaian Black Bae Shop. Objek pada penelitian ini adalah kualitas

pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh toko pakaian Black Bae Shop.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan prima pada Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan konsep A6 pelayanan prima yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*) dan tanggung jawab (*accountability*).

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari dibangku perkuliahan.
- b. Aspek Praktis
 1. Bagi penulis, dapat menambah pengalaman dan memberikan kesempatan untuk belajar lebih terutama pada mata kuliah pelayanan prima.
 2. Bagi Toko Pakaian Black Bae Shop, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi mereka untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga akan dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan.
 3. Bagi pembaca ialah dapat menjadi bahan kajian mengenai analisis kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan

dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang topik yang sama.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah, ada dua macam yaitu:

a. Pendekatan Kualitatif

Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013:16), adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Obyek alamiah yang dimaksud oleh Sugiyono (2013:16), adalah obyek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki obyek, setelah berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah.

Penelitian kualitatif ini diharapkan mampu menjelaskan tentang pelayanan prima yang diterapkan oleh Black Bae Shop.

b. Pendekatan Kuantitatif

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2013:16), adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan. Penelitian kuantitatif adalah metode analisis dengan melakukan penghitungan terhadap data-data yang bersifat pembuktian dari masalah.

Penggunaan pendekatan penelitian kuantitatif dalam Laporan Akhir ini diharapkan mampu memberikan gambaran melalui perhitungan

dari data-data yang diperoleh mengenai kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada Black Bae Shop.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis data

1. Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2016:23), data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar.

Data kualitatif dapat didefinisikan sebagai suatu informasi tentang objek atau subjek yang tidak dapat dihitung dengan angka namun bisa dilihat atau dirasakan. Data ini biasanya berupa teks/kata, dan gambar.

2. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2016:23), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau angka kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Jadi data kuantitatif ialah data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan Teknik statistik.

Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpulan data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:225), Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer diperoleh dari hasil kusioner konsumen pada Toko Pakaian Black Bae Shop Belitang, Oku Timur.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:225), mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung

memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau dokumen saja.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dan juga data yang langsung didapatkan dari Black Bae Shop Belitang, Oku Timur.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2016:145), Observasi merupakan Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi objek penelitian. Khususnya didalam penelitian ini penulis melakukan observasi di Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur.

2. Riset Lapangan (Research)

a) Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:137), wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikeruncutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Dalam penelitian ini penulis langsung melakukan wawancara dengan pemilik Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur.

b) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:139), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada para pelanggan. Kuesioner dibuat dalam bentuk pertanyaan dengan lima butir opsi jawaban untuk setiap pertanyaan.

3. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2016:145), Riset kepustakaan adalah riset yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Riset kepustakaan merupakan teknik penyusunan laporan dengan cara mencari basis data dalam sebuah buku atau literasi yang terkait. Dalam hal ini, penulis mengambil data informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas dijadikan sebagai landasan teori dalam melakukan analisa masalah melalui buku, artikel, internet, dan literasi lainnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah “wilayah yang secara generalisasi atau obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan”.

Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen di Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur, karena konsumen di Toko Pakaian Black Bae Shop tidak diketahui jumlahnya, maka penulis menggunakan rumus Roscoe. Menurut Roscoe dalam Sekaran, (2013:11), yang memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah 30 sampai 500.

2. Jika sampel dipecah lagi ke dalam sub sampel, jumlah minimum sub sampel harus 30.
3. Pada penelitian multivariate ukuran sampel, ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis.
4. Ukuran penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bias antara 10 sampai dengan 20 elemen. Maka sampel ditentukan berjumlah 45 orang/sampel (konsumen).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:81).

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus Roscoe karena populasi pada konsumen di Toko Pakaian Black Bae Shop tidak diketahui jumlahnya. Oleh karena itu untuk pengambilan sampel penulis menggunakan rumus Roscoe pada point pertama yaitu 100 sampel.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2016:84), *non probability sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Sehingga, penarikan sampel dalam penelitian ini

memilih responden dari pelanggan yang datang ke Toko Pakaian Black Bae Shop, Belitang Oku Timur.

1.5.5 Analisis Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Data kualitatif dalam penelitian ini mengenai gambaran dari kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan. Data tersebut didapatkan dari hasil jawaban responden yang ada pada kuesioner yaitu berdasarkan cakupan kriteria dan variabel yang disiapkan dengan beberapa penilaian berdasarkan angka koefisien sebagai acuan.

b. Metode Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio (Yusi dan Idris, 2016:108).

Penulis menggunakan Analisa kuantitatif sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah responden terhadap kuesioner yang diberikan. Hasil yang diperoleh dari kuesioner akan dihitung menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiono (2016:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada skala likert terdapat 5 alternatif jawaban yang akan dipilih oleh responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran Likert dimana skor 5 merupakan nilai tertinggi dan skor 1 nilai terendah. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert
Variabel Kualitas Pelayanan Prima Terhadap
Tingkat Kepuasan Pelanggan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Puas (SP)	5
2	Puas (P)	4
3	Cukup Puas (CP)	3
4	Kurang Puas (KP)	2
5	Tidak Puas (TP)	1

Sumber: Sugiyono, (2016:136)

Skala Likert ini digunakan untuk dijadikan pilihan jawaban kuesioner untuk responden. Hasil jawaban dari responden itu akan diolah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Dalam perhitungannya penulis menggunakan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor

$\sum Skor Penelitian$: Jawaban Responden \times Bobot Nilai (1–5)

$\sum Skor Ideal$: Skala Nilai Tertinggi \times Jumlah Responden

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan jawaban dan dari responden akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Interprestasi Skor/Angka

No	Skor/Angka	Interprestasi
1	0% - 20%	Sangat Rendah
2	21% - 40%	Rendah
3	41% - 60%	Sedang
4	61% - 80%	Tinggi
5	81% - 100%	Sangat Tinggi

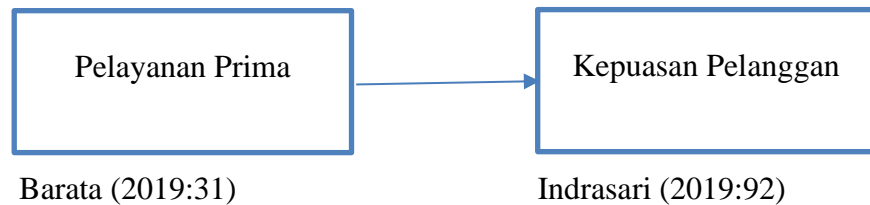
Sumber: Yusi dan Idris, (2016:8)

1.5.6 Kerangka Penelitian

Menurut Barata (2019:31), untuk mengembangkan budaya pelayanan prima berdasarkan A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), *Action* (Tindakan), *Ability* (Kemampuan), *Appearance* (Penampilan), dan *Accountability* (tanggung jawab). Pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah membuat pelanggan atau konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Indrasari (2019:92), untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga dan teman.

Maka kerangka penelitian secara sederhana dapat di lihat pada gambar 1.1 berikut ini:



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

1.5.7 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:45), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner”.

Jadi uji validitas ini dilakukan untuk memastikan apakah pernyataan dalam kuesioner yang kita buat mampu mengukur apa yang hendak kita ukur.

Pengujian validitas yang digunakan adalah *Korelasi Pearson*. Signifikansi *Correlation Pearson* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ maka butir pernyataan tidak valid dan apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ maka butir pernyataan dapat dikatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268), “pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kusioner tersebut”.

Jadi alat ukur dikatakan realibilitas apabila jawabannya konsisten dari waktu ke waktu. Reabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Variabel pernyataan dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.