

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman menjadikan banyaknya persaingan membuat perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dari yang dilakukan oleh para pesaing. Hal ini disebabkan oleh pelanggan yang semakin selektif dalam memilih produk atau jasa untuk digunakan. Harapan pelanggan menjadikan faktor penting, kualitas layanan yang maksimal akan pelanggan memperoleh kepuasan yang akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. (Sulistyawati and Seminari 2017)

Dalam bisnis untuk memenangkan persaingan, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling penting. Kepuasan pelanggan menjadi perhatian bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pelayanannya dan menjadi tujuan utama perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan. (Wisnu W, Saufi, and Rinuastuti 2023).

Kepuasan pelanggan akan terlihat dari seberapa baik produk atau pelayanan jasa yang diperoleh dan dirasakan. Semakin baik kualitas produk

atau pelayanan jasa yang didapatkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin baik. Dengan puasnya pelanggan terhadap suatu produk atau pelayanan jasa maka memberikan berbagai manfaat bagi suatu perusahaan atau pelayan jasa. Manfaat yang didapatkan ialah hubungan antara pelanggan dengan perusahaan atau pelayanan jasa menjadi harmonis, pelanggan menggunakan ulang produk atau jasa, pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan atau penyedia jasa.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain: kualitas produk atau jasa, pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, emosional pelanggan merasa puas karena menggunakan merek yang mahal, harga produk yang kualitas sama tetapi relatif murah, biaya pelanggan.

Event Organizer adalah pihak atau penyedia jasa profesional yang mengatur keberlangsungan suatu acara. Jasa *Event Organizer* pada saat ini diperlukan oleh perseorangan, instansi maupun perusahaan untuk menjalankan suatu acara atau event yang dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan hasil yang memuaskan. Terlebih dengan adanya *Event Organizer*, suatu perusahaan tidak perlu dipusingkan dengan berbagai konsep yang rumit untuk menjalankannya. Sehingga perusahaan dapat menyewa jasa *Event Organizer* (EO) untuk suatu event.

Perusahaan atau instansi yang sudah melakukan sebuah event, kemudian event yang diselenggarakan berhasil dan sesuai dengan harapan,

maka akan menghasilkan dampak positif bagi perusahaan maupun EO. Artinya, EO (*Event Organizer*) dan perusahaan mendapatkan dampak yang positif dan dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan dan EO untuk kedepannya (Mailina and Patriani 2023).

Keberlangsungan penyedia jasa EO tidak lepas dari penilaian pelanggan. Pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh EO dengan layanan yang diharapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa EO dan pelanggan akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga EO akan mendapatkan keuntungan pelanggan yang loyal dan sekaligus mempromosikan EO. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan kepada orang lain, sehingga dapat berdampak buruk terhadap EO dan dapat menurunnya jumlah pemakai jasa EO. Maka pentingnya kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi keberlangsungan EO.

Perusahaan EO diharuskan memiliki strategi dalam memasarkan jasanya dan memberikan pelayanan yang berkualitas, hal ini agar jumlah pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi. Jika pelanggan merasa puas, maka akan memakai jasa secara berulang. Memakai jasa pada perusahaan EO yang sama dapat dikatakan bahwa pelanggan tersebut mempunyai loyalitas terhadap perusahaan EO. Harga yang layak dan sesuai dengan apa yang didapatkan juga menjadi faktor loyalitas pelanggan terhadap EO. Dengan demikian para pelanggan akan

terasa terpuaskan terhadap perusahaan yang telah memberikan mereka sesuatu yang terbaik.

Dalam *Event Organizer* persaingan bisnis banyak ditemukan. Hal ini dapat dilihat dari munculnya inovasi baru yang diciptakan oleh berbagai pihak *Event Organizer*. Sehingga mengharuskan mereka untuk menciptakan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelanggan pada era sekarang lebih selektif dalam memilih penyedia jasa seperti *Event Organizer*. Selektif yang dimaksudkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa *Event Organizer*. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan dalam event.

Harga merupakan hal penting yang diperhatikan oleh pelanggan dalam membeli produk atau jasa. Harga juga merupakan faktor penting untuk pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pelanggan. Harga yang diperoleh adalah harga kesepakatan antara penyedia jasa dengan pelanggan melalui proses negosiasi. Jika pelanggan merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung menggunakan ulang penyedia jasa seperti EO yang sama untuk acara yang lainnya.

Di era yang serba canggih, calon pelanggan lebih teliti dan memperhatikan dalam hal harga yang ditawarkan oleh EO. Apabila harga yang ditawarkan oleh EO tidak sesuai dengan pelanggan, maka tidak dapat

dipungkiri pelanggan tersebut dapat beralih ke EO yang lain. Hal ini menyebabkan EO kehilangan calon pelanggan.

Selain adanya harga dalam kepuasan pelanggan, pelanggan cenderung sensitif terhadap kualitas pelayanan dari suatu produk atau jasa. Pelanggan sangat memperdulikan kualitas pelayanan, sehingga perusahaan EO harus memperhatikan dalam melayani pelanggan yang akan menjadikan dampak positif bagi EO. Saat ini, pelanggan lebih memprioritaskan kebersihan dan kualitas pelayanan dibandingkan dengan melihat brand produk atau jasa yang diberikan. Perlu kreativitas dalam memperbaiki kualitas pelayanan yang menarik bagi pelanggan untuk meningkatkan pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011: 164), kualitas pelayanan menjadi ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa. Menurut Ratih (2010) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang diterima dengan layanan diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan perusahaan EO, hal ini melibatkan seluruh sumber daya yang perusahaan EO.

CV. Bee Production (Beeprod) merupakan salah satu *Event Organizer* yang menyediakan jasa khususnya pada event-event bidang kesehatan. Banyaknya event yang diselenggarakan serta pesaing *Event Organizer*, Beeprod melakukan banyak inovasi agar mempertahankan

kepuasan pelanggannya. Namun persaingan harga dan kualitas dari berbagai *EO* menyebabkan Beeprod ingin mengetahui apakah penawaran harga serta kualitas pelayanan yang diberikan selama mengadakan event bidang Kesehatan baik di taraf nasional maupun internasional khususnya di Kota Malang dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada jasa *Event Organizer CV. Bee Production (BeeProd)* yang penulis tuangkan ke dalam sebuah skripsi dengan mengambil judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa *Event Organizer CV. Bee Production Kota Malang*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dirumuskan suatu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production Kota Malang*?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production Kota Malang*?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production Kota Malang*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production* Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production* Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan jasa Event Organizer *CV. Bee Production* Kota Malang.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak yang terkait, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan menambah wawasan tentang jasa event organizer *CV. Bee Production*.

2. Bagi Lembaga

Dapat sebagai masukan atau informasi tambahan bagi pemilik jasa event organizer apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan Universitas Merdeka Pasuruan serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi maupun bagi penelitian selanjutnya yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya kepuasan pelanggan.

