

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, sektor jasa mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama karena jasa merupakan bagian terbesar dari perekonomian saat ini. Perusahaan manufaktur telah menyadari pentingnya menyertakan elemen jasa dalam produk mereka untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Dampak utama dari fenomena ini adalah meningkatnya persaingan, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran jasa yang berbeda untuk mencapai hasil terbaik.

Industri jasa adalah sektor ekonomi yang berkaitan dengan produksi dan penyediaan berbagai layanan kepada konsumen, bisnis, atau masyarakat umum. Berbeda dengan industri manufaktur yang menghasilkan barang fisik, industri jasa lebih berkaitan dengan penyediaan layanan non-fisik yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Industri jasa dapat berperan sebagai penunjang utama bagi ekonomi suatu negara karena mampu menciptakan lapangan kerja yang signifikan serta memberikan nilai tambah dalam perekonomian. Pada era digital seperti sekarang, industri jasa juga semakin berkembang dengan adanya layanan *online*, seperti *e-commerce*, layanan *streaming*, layanan *cloud*, dan sejumlah inovasi lainnya yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memberikan layanan kepada konsumen.

Keberhasilan industri jasa sering kali bergantung pada kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang berkembang dari masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan dalam industri jasa cenderung fokus pada pengembangan keterampilan, pelatihan karyawan, dan

inovasi dalam menyediakan layanan yang lebih efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pada penelitian ini sangat penting karena membahas beberapa aspek yang krusial dalam bisnis pada PT. Fortunas Abadi Multiteknik. Pertama-tama, penelitian ini berfokus pada implementasi *Total Quality Management (TQM)*, yang merupakan pendekatan yang dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka secara berkelanjutan. Dengan memahami bagaimana *Total Quality Management (TQM)* dapat diterapkan dengan efektif, perusahaan dapat mengidentifikasi cara-cara untuk memperbaiki proses operasional mereka, mengurangi cacat dan meningkatkan efisiensi.

Selain itu, penelitian ini membahas tentang kepuasan pelanggan yang merupakan elemen penting dalam kesuksesan bisnis. Kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan, rekomendasi, dan retensi, yang semuanya berdampak langsung pada hasil finansial perusahaan. Dengan memahami apa yang membuat pelanggan puas atau tidak puas dengan layanan yang mereka terima, PT. Fortunas Abadi Multiteknik dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan menjaga loyalitas mereka.

Selain manfaat internal, penelitian ini juga memberikan pandangan yang berharga dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat membedakan diri dari pesaing dan memenangkan pangsa pasar yang lebih besar. Ini akan membantu perusahaan dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan mempertahankan posisi yang kuat dalam industri.

Penelitian ini juga membantu perusahaan untuk lebih efisien dalam operasinya. Dengan mengidentifikasi proses-proses yang perlu ditingkatkan, PT. Fortunas Abadi Multiteknik dapat menghemat sumber daya dan mengurangi pemborosan, yang pada gilirannya akan meningkatkan

profitabilitas. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan dan rekomendasi yang berharga bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesan jangka panjangnya dalam lingkungan bisnis yang berubah-ubah dan kompetitif.

Perkembangan bisnis perdagangan saat ini mendorong pelaku bisnis untuk efektif dalam mengirimkan produk kepada konsumen. Perusahaan yang memiliki peralatan industri untuk mengolah produk memerlukan perawatan untuk menjaga kinerja mesin-mesin tersebut. Kegiatan perawatan memiliki peran yang krusial dalam memastikan bahwa sistem beroperasi dengan lancar sesuai dengan harapan. Selain itu, perawatan juga dapat mengurangi biaya dan kerugian yang mungkin timbul akibat kerusakan mesin.

Manajemen operasi jasa memiliki makna yang lebih terfokus dibandingkan dengan manajemen operasi secara umum. Manajemen operasi mencakup konsep ilmu manajemen operasi yang diterapkan baik di lingkungan pabrik maupun di perusahaan jasa. Namun, manajemen operasi jasa khususnya berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen operasi dalam konteks perusahaan jasa. Penting untuk menekankan pemahaman tentang manajemen operasi jasa karena jasa memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan barang.

PT. Fortunas Abadi Multiteknik menghadapi masalah terkait dengan kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian awal dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner sebelum penelitian kepada individu yang bertanggung jawab di perusahaan. Kuesioner ini menggunakan skala *likert* dari 1 hingga 5, di mana 1 menunjukkan (sangat tidak setuju), 2 menunjukkan (tidak setuju), 3 menunjukkan (netral), 4 menunjukkan (setuju), dan 5 menunjukkan (sangat setuju), kuesioner pra-penelitian ini dibagikan kepada 15 *customer* PT. Fortunas Abadi Multiteknik melalui *platform Google Form*.

Gambar 1. 1 Grafik Presentase Rekapitulasi Skala Puas Dengan Hasil Pemulihan Mesin



Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan respons yang diperoleh dari kuesioner pra-penelitian yang telah dilakukan pada bulan Mei 2023, hasil survei PT. Fortunas Abadi Multiteknik menunjukkan bahwa ada 2 pelanggan perusahaan yang memberikan penilaian skala 2. Selain itu, terdapat 10 pelanggan perusahaan yang memberikan penilaian skala 3, dan 3 pelanggan perusahaan memberikan penilaian skala 4. Hasil ini mengindikasikan adanya ruang untuk perbaikan yang perlu diambil oleh perusahaan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Fortunas Abadi Multiteknik. Hasil jawaban dari responden dapat dilihat dalam Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1. 1 Tabel Rekapitulasi Skala Puas dengan hasil Pemulihan Mesin

No	Nama Perusahaan	Apakah perusahaan Anda puas dengan hasil pemulihan mesin yang dikerjakan oleh PT. Fortunas Abadi Multiteknik?
1	IKEA	3

2	BUMI SERPONG DAMAI	3
3	MALL LIVING WORLD	4
4	PT. HITACHI SAKTI ENERGY INDONESIA	3
5	PT. ABB SAKTI INDUSTRI	3
6	PT. ONGKOWIYO	3
7	PT. BIKA PARAMA CIPTA	3
8	MALL PLAZA INDONESIA	3
9	LIPPO GROUP	2
10	PT. MERAK ENERGI INDONESIA	2
11	PT. GUNUNG GARUDA STEEL	3
12	PT. SERIM INDONESIA	4
13	PPRSC CEMPAKA MAS	4
14	PT. CIPTA PERSADA ANUGERAH NUSANTARA	3
15	PT. LG ELECTRONIC INDONESIA	3

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan aspirasi utama setiap perusahaan. Selain menjadi faktor kritikal untuk kelangsungan hidup perusahaan, memenuhi kebutuhan konsumen juga memiliki potensi untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang merasa puas dengan produk dan layanan cenderung akan menjadi pelanggan berulang, memilih produk yang sama, dan menggunakan kembali layanan ketika kebutuhan serupa muncul di masa mendatang. Ini menekankan pentingnya

kepuasan sebagai elemen utama yang mendorong pembelian berulang, yang umumnya memberikan kontribusi terbesar terhadap *volume* penjualan perusahaan.

Konsep kepuasan pelanggan dari Zeithaml dan Bitner menjadi fokus penelitian karena dimensi-dimensi yang memengaruhi kepuasan pelanggan sesuai dengan objek penelitian. Lovelock menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, dan respon pasca-pembelian pelanggan bisa berupa ketidakpuasan, kemarahan, netralitas, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa perusahaan telah memprioritaskan kepuasan pelanggan karena hubungannya yang erat dengan loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas. Schiffman dan Kanuk menegaskan bahwa kepuasan pelanggan mencerminkan perasaan seseorang terhadap kinerja produk yang mereka alami dan harapkan. Dengan demikian, jika pengalaman seseorang memenuhi atau bahkan melampaui harapannya, maka seseorang dapat dianggap puas.

Menurut Raji *et al.* (2019:309) menjelaskan “*brand preference and purchase intention to explain consumers’ behavioural intentions as responses to brand-related information and brand images*”. Dapat disimpulkan bahwa *behaviour intentions* adalah perilaku loyal atau tindakan konsumen berdasarkan preferensi dan niat beli konsumen terhadap sebuah produk atau layanan mereka.

*Behaviour intentions* (Niat Perilaku), mengacu pada rencana atau keinginan seseorang untuk bertindak atau berperilaku secara konsisten dalam suatu konteks tertentu. Dalam konteks perusahaan PT. Fortunas Abadi Multiteknik, *Behaviour Intentions* menggambarkan rencana atau kecenderungan konsumen untuk berinteraksi secara berulang dengan perusahaan. Ini dapat mencakup niat untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, meningkatkan penggunaan produk atau layanan, dan berpartisipasi dalam program loyalitas, dan lainnya.

Dengan memahami *Behaviour Intentions* (Niat Perilaku) konsumen, perusahaan dapat mengidentifikasi preferensi, kecenderungan, dan rencana konsumen untuk berinteraksi lebih lanjut dengan produk atau layanan perusahaan di masa depan. Informasi ini sangat berharga karena dapat membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen lebih mendalam, memprediksi perilaku konsumen, dan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, dengan memahami niat perilaku konsumen, PT. Fortunas Abadi Multiteknik dapat mengembangkan hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

PT. Fortunas Abadi Multiteknik sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan teknik dan perawatan peralatan industri, berada di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar industri yang terus berkembang. Seiring dengan meningkatnya persaingan, kepuasan pelanggan dan retensi konsumen menjadi kunci penting dalam mempertahankan posisi perusahaan dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Namun, tantangan muncul dalam memastikan bahwa layanan yang disediakan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, sementara juga menjaga kualitas operasional dan efisiensi. Dalam konteks ini, penerapan *Total Quality Management* (TQM) dan peningkatan *Perceived Service Quality* (PSQ) dianggap sebagai langkah kritis dalam memastikan kualitas layanan yang konsisten dan memuaskan.

Dengan memperhatikan kompleksitas ini, perusahaan merasa perlu untuk mengidentifikasi dampak dari implementasi *Total Quality Management* (TQM) dan peningkatan *Perceived Service Quality* (PSQ) terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku konsumen di PT. Fortunas Abadi Multiteknik. Melalui penelitian ini, penulis berharap akan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip *Total Quality Management* (TQM) dapat diterapkan dengan efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi pada perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi

pengaruh yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan niat perilaku konsumen yang dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan harapan konsumen di masa depan.

Mengacu pada uraian yang telah disampaikan sebelumnya, penulis merasa tertarik untuk menjalankan penelitian lebih mendalam dengan fokus pada topik *Total Quality Management*, *Perceived Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Behaviour Intentions*. Penelitian ini diberi judul "**Analisis Dampak Total Quality Management dan Perceived Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Perilaku pada PT. Fortunas Abadi Multiteknik**".

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

PT Fortunas Abadi Multiteknik dalam bidangnya yaitu jasa perbaikan mesin-mesin industri yang juga membantu para *customernya* untuk memelihara mesin-mesin perusahaan mereka. Yang dimana berdasarkan latar belakang dan analisa yang diuraikan, peneliti menyusun beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap *Perceived Service Quality*?
2. Apakah *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
3. Apakah *Perceived Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
4. Apakah *Perceived Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Behaviour Intentions*?
5. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Behaviour Intentions*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* terhadap *Perceived Service Quality*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Total Quality Management* terhadap *Customer Satisfaction*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Service Quality* terhadap *Behaviour Intentions*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Behaviour Intentions*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, wawasan dan pengetahuan bagi pembaca baik manfaat akademis maupun manfaat praktis.

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan acuan bagi penelitian di masa yang akan datang, khususnya untuk penelitian yang berhubungan dengan *Total Quality Management*, *Perceived Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Behaviour Intentions*.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi dan informasi penting serta menjadi tambahan pengetahuan untuk masa kini maupun masa depan.

## 1.5 Batasan Penelitian

Peneliti memberikan batasan dalam penelitian ini yaitu hanya dapat dilakukan oleh *customer* dari PT. Fortunas Abadi Multiteknik.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang setiap bab memiliki fungsi masing-masing serta memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya, yang bertujuan agar penelitian ini menjadi lengkap dan jelas. Berikut adalah sistematika penulisan dari penelitian ini:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis memberikan gambaran tentang isi penelitian dengan menjelaskan latar belakang penelitian, perumusan masalah, manfaat, tujuan penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini, menganalisis penelitian terdahulu, serta merinci model dan hipotesis penelitian. Bab ini disusun untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas kepada pembaca mengenai dasar konseptual yang menjadi panduan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, terdapat penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, struktur organisasi, model analisis, serta semua hipotesis yang digunakan sebagai solusi untuk permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

#### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, terdapat data dari kuesioner dan hasil analisis penelitian yang menggunakan teknik untuk mengatasi permasalahan penelitian dengan mempertimbangkan asumsi dan data yang telah diperoleh oleh penulis.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi yang diajukan oleh peneliti berdasarkan analisis yang telah dilakukan, baik untuk perusahaan maupun penelitian yang mungkin dilakukan di masa depan.

