

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komputer dibuat oleh seorang profesor matematika dari Inggris yang bernama Charles Babbage pada sekitar tahun 1791 sampai 1871. Lalu, pada kisaran tahun 1960-an komputer masuk ke Indonesia tetapi masyarakat Indonesia baru mau menunjukkan minatnya untuk memahami komputer pada sekitar tahun 1980-an. Kemudian seiring berjalannya waktu komputer mengalami perkembangan dengan cepat dari beberapa generasi hingga berlaku di masa depan nanti (Abdullah, 2018).

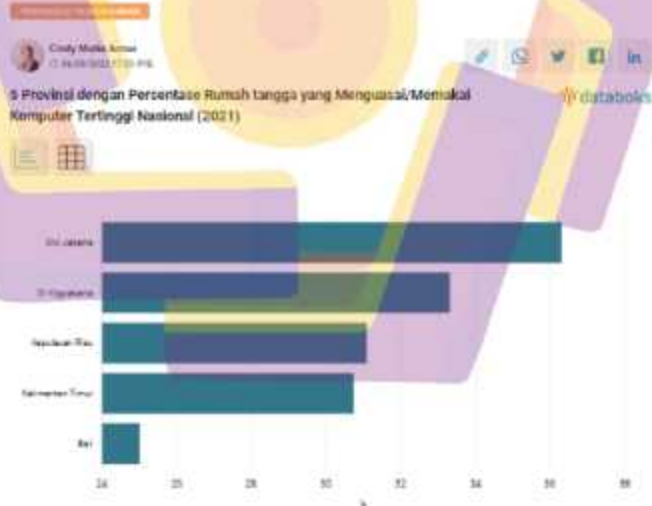
Dengan kemajuan teknologi dan informasi yang pesat di era saat ini, telah membuat persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat sehingga konsumen atau pelanggan dapat mengetahui informasi yang lebih lengkap mengenai pilihan produk yang tersedia di pasar. Teknologi informasi tersebut diantaranya adalah komputer. Dimana komputer merupakan salah satu termasuk alat komunikasi yang paling diutamakan untuk menghubungkan komunikasi dengan cara menggunakan internet serta menjadi suatu kebutuhan untuk masyarakat. Oleh sebab itu, hampir dari setiap orang pada saat ini mempunyai komputer maupun produk teknologi informasi lainnya (Ike & Khairil, 2023). Hal tersebut membuat para penjual atau perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan juga kepuasan dari konsumen maupun pelanggan di suatu perusahaan. Oleh karena itu, konsumen merupakan termasuk poin penting yang harus diperhatikan dalam produk yang sudah disajikan oleh suatu perusahaan (Maharsi, 2004).

Apabila mengingat beberapa tahun lalu, dimana masyarakat seluruh penjuru dunia mengalami keresahan akibat wabah pandemi *Covid 19*. *Coronavirus Disease 19* atau dikenal dengan Covid 19 merupakan jenis penyakit yang belum pernah teridentifikasi pada manusia di masa lalu (Ririn, 2020). Penyebaran dari penyakit ini yakni melalui *droplet* (cairan yang keluar) dari hidung maupun mulut ketika batuk, bersin, dan bicara (Mukramin dan Hadi, 2021). Untuk mengurangi penyebaran penyakit ini pemerintah menerapkan aturan baru yaitu Pembatasan

Sosial Berskala Besar (PSBB). Dengan pembaruan aturan tersebut, khususnya di bidang pendidikan ikut terkena dampaknya yakni ketika proses belajar mengajar. Sehingga mengenai hal tersebut Kementerian Pendidikan membuat kebijakan baru dengan cara mengubah sistem pembelajaran secara tatap muka di kelas seperti pada umumnya kini menjadi pembelajaran secara *daring* atau *online* (Salsabila, dkk, 2020). Dalam metode pembelajaran ini, komputer cukup berperan penting sebab terkomputerisasi atau sering dikenal dengan *E-Learning* ini merupakan kegiatan belajar dan mengajar dengan menggunakan bantuan media elektronik dan internet dijadikan sebagai sarana pembejarannya (Nisa, dkk, 2023).

Gambar 1.1 Ini Provinsi dengan Persentase Pengguna Komputer Tertinggi Nasional pada 2021

Ini Provinsi dengan Persentase Pengguna Komputer Tertinggi Nasional pada 2021



Sumber : www.databoks.katadata.com

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa DI Yogyakarta tercatat menempati posisi kedua dari lima provinsi dengan persentase rumah tangga yang memahami dalam penggunaan komputer tertinggi di seluruh Indonesia pada tahun 2021. Hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis yang bagus terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi salah satunya seperti Youngs Computer. Selain itu, mengingat bahwa Yogyakarta dikenal dengan keunikannya oleh mahasiswa pendatang yaitu sebagai kota pelajar. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Yogyakarta mempunyai nilai lebih serta kualitas pendidikan yang lebih baik daripada universitas di kota-kota lainnya (Steffani, Y. & Ari, S., 2019). Sehingga dengan adanya mahasiswa pendatang ini juga dapat dijadikan sebagai target pasar oleh Youngs Computer.

Youngs Computer merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi informasi yang menjual berbagai perangkat keras serta perangkat lunak pada komputer. Perusahaan ini berlokasi di Kab. Sleman, DI Yogyakarta. Perusahaan tersebut berdiri di tahun 2006 dan masih tetap beroperasi sampai saat ini. Agar tetap unggul dalam persaingan industri teknologi informasi, Youngs Computer perlu meningkatkan strategi marketingnya terutama dalam segi kualitas pelayanannya. Sebab kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen maupun pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Santosa & Mashyuni, 2021).

Gambar 1.2 Screenshot Review dari Official Akun Tokopedia pada Youngs Computer



Sumber : www.tokopedia.com

Berdasarkan data diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa keseluruhan ulasan dan rating konsumen dan pelanggan Youngs Computer yang di *online storenya* terutama Tokopedia, dapat diketahui bahwa perusahaan ini sudah memiliki kualitas yang cukup bagus dalam segi pelayanannya dimana official akun tokopedia dari perusahaan ini memiliki rating 4.9 dari 19,2rb orang yang memberikan rating serta 7.047 orang yang memberikan ulasan. Sebab kualitas merupakan suatu hal yang bergerak dengan melibatkan antara produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang dapat melampaui harapan (Prasastono & Pradapa, 2012). Akan tetapi, perusahaan ini juga masih memiliki beberapa kekurangan dalam segi pelayanannya. Hal tersebut dapat dilihat melalui respon ketidakpuasan dari beberapa rating serta ulasan dari konsumen dan pelanggan Youngs Computer melalui akun official tokopedia. Ketidakpuasan konsumen adalah suatu sikap dari pembeli baik itu konsumen maupun pelanggan terhadap perbedaan yang dirasakan antara harapan dan kinerja yang sesungguhnya dari produk (Asbar & Saptari, 2017).

Gambar 1.3 Kontribusi Youngs Computer di Beberapa Pameran Komputer Seperti Yogyakomtek dan Computex



Sumber : Instagram

Data menjelaskan bahwa Youngs Computer termasuk salah satu perusahaan yang beberapa kali ikut berperan dalam pameran komputer seperti event yogyakomtek di JEC (Jogja Expo Center). Selain itu, perusahaan tersebut juga ikut berpartisipasi dengan kunjungan event di luar negeri seperti computex yang

dilaksanakan di china taipei pada tahun 2024. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai alasan pendukung dalam penelitian ini. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan peran yang penting dalam bidang *strategi marketing* terutama pada kualitas pelayananny. Sebab sampai saat ini belum ada penelitian khusus mengenai kualitas pelayanan yang ada di Youngs Computer ini apakah dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan atau tidak. Sehingga dengan adanya penelitian ini peneliti juga berharap dapat mengisi celah tersebut.

Dari pemaparan diatas, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan sebuah penelitian skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA YOUNGS COMPUTER YOGYAKARTA".



1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan suatu rumusan masalah “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Youngs Computer Yogyakarta?”

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah diatas, peneliti juga memberikan tujuannya dengan adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Youngs Computer Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan strategi marketingnya terutama dalam kualitas pelayanannya.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan untuk menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi mahasiswa terutama dalam bidang strategi pemasaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti lainnya khususnya dalam penelitian yang melibatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima sub bab dan disusun dengan pengelompokan materi agar dapat dipahami dengan mudah dan jelas bagi pembacanya. Jadi, sistematika penulisannya diantaranya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab satu berisi bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisannya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua berisi bagian yang menjelaskan mengenai landasan teori tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tiga berisi bagian yang menjelaskan mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat berisi bagian yang menjelaskan mengenai deskripsi objek, analisis data, dan pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab lima berisi bagian yang menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran serta jawaban dari pokok permasalahan yang telah dipaparkan pada pembahasan pada bab empat.