

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Informasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting di era globalisasi seperti sekarang. Tanpa informasi yang cepat dan tepat kan banyak keputusan-keputusan penting yang menjadi batal dan sia-sia, terutama bagi orang yang mempunyai berbagai bisnis dan usaha yang dijalankan di kota-kota besar.

Peningkatan kebutuhan informasi dan ilmu pengetahuan mengakibatkan banyaknya persaingan bisnis. Keberhasilan pengusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha keras dari pihak perusahaan, terutama bisnis di bidang jasa harus memiliki strategi-strategi handal untuk mengoptimalkan keuntungan, maupun dari segi fasilitas, dan pelayanan. Karena dengan seiring perkembangan zaman maka dalam memasarkan produk jasa harus melakukan evaluasi, perbaikan, perubahan dan terobosan-terobosan yang inovatif untuk mengoptimalkan kegiatan jasanya.

Menurut Agus Sulastiyono (2006) Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatan, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel. Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator baik buruknya kualitas suatu jasa dan sebab munculnya persepsi pelanggan.

Dengan fasilitas yang baik maka pengguna jasa akan tertarik dan minat untuk pembelian jasa yang ditawarkan. Pemberian fasilitas memiliki peran penting bagi perkembangan perusahaan, baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Karena perusahaan jasa sangat perlu untuk memberikan fasilitas sebaik-baiknya bagi pengguna jasa. Industri warung internet adalah industri jasa yang memadukan antara fasilitas, produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior bilik warnet harus memiliki suasana yang nyaman, kelengkapan perangkat komputer, kecepatan akses, serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Menurut Tjiptono (2006). Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Fasilitas memiliki tujuan untuk mencapai tingkat kepuasan pengguna jasa, dengan harapan pengguna jasa bisa mengulangi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dengan harapan perusahaan bisa membantu kesan yang baik kepada pengguna jasa sehingga mendorong pengguna jasa agar mau berhubungan dengan perusahaan setiap kali mereka membutuhkan jasa yang disediakan perusahaan.

Menurut Kotler (2008) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satupihak kepada pihak lain yang pada awalnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. pelayanan dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak

dikaitkan. Pelayanan memegang peran penting bagi perusahaan jasa, karena saat ini perusahaan jasa dihadapkan persaingan yang sangat ketat, perusahaan saling berlomba-lomba membuat pengguna jasa tertarik dengan pelayanan yang terbaik dan bermutu. Banyaknya pesaing akan berupaya meningkatkan keunggulan kualitas pelayanan perusahaan demi tercapainya tingkat laba perusahaan. Sedangkan layanan yang dijual di Campusnet ialah keramahan operator dan ketrampilan ketanggapan operator warnet dalam melayani pelanggannya. Perkembangan jumlah warnet di Semarang sampai sekarang sangat pesat, menimbulkan persaingan dalam industri warnet di Semarang menjadi sangat ketat. Hal ini memacu manajemen Warung Internet CampusNet untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperbaiki citra perusahaan dalam memperoleh kepercayaan konsumen sebanyak-banyaknya.

Menurut Wyckof dalam Wisnalmawati (2005) dikutip dari M.Rizwar Ghazali (2010) dimana menyebutkan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005 dalam M.Rizwar Ghazali, 2010). Kualitas pelayanan dan fasilitas berperan penting dalam menjalankan perusahaan di

bidang jasa, contoh saja usaha di bidang pelayanan jasa warung internet seperti di CampusNet. Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Pada banyak jenis jasa, persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Pelanggan yang ingin mencari kenyamanan suasana dalam menikmati pelayanan di warung internet CampusNet akan lebih menyukai desain bilik client yang desainnya menarik. Misalnya pencahayaan tertata apik, dindingnya dihiasi lukisan-lukisan menarik, mebel yang berkualitas, desain bilik client yang nyaman dan fasilitas perangkat komputer yang bagus. Dengan fasilitas dan pelayanan yang begitu baik maka akan menimbulkan persepsi pelanggan yang baik pula, dengan begitu citra perusahaan di mata pelanggan akan baik juga.

Menurut Nguyen dan Le Blanc dalam Flavian *et al* (2013). Citra Perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Citra perusahaan adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat, membangun berdasarkan akan hak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan harapan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan (Akil, 2013). Jadi, perusahaan bidang jasa akan

memperlihatkan citra perusahaan yang baik dan bermutu, dengan begitu perusahaan akan mendapatkan nilai tambah bagi perusahaan.

Campusnet merupakan unit bisnis dari PT. Campus Data Media yang bergerak dibidang penyediaan jasa layanan internet yang didirikan pada tanggal 10 November 2011, di Semarang. Campusnet saat ini tumbuh dan berkembang sampai sekarang menjadi 12 cabang di lokasi yang berbeda, salah satunya adalah Campusnet cabang gajah dan cabang lingga. Dengan didukung oleh tim manajemen yang solid dan profesional serta mengedepankan visi dan misi perusahaan, Campusnet berkomitmen untuk memberikan pelayanan akses internet yang cepat, berkualitas dengan biaya terjangkau serta bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Campusnet cabang gajah mengandalkan kecepatan akses internet, suasana yang nyaman dan pelayanan yang terbaik.

PT. Campus Data Media berawal dari ide sederhana dari beberapa mahasiswa Teknik Elektro Universitas Diponegoro angkatan 1999 untuk membuat minilabs yang terkoneksi internet dengan 14 workstation, satu server dan satu billing yang bertujuan mensukseskan pembuatan Tugas Akhir. Maka pada tahun 2001 lahirlah minilabs itu dengan nama CampusNet.

PT. Campus Data Media sendiri lahir di tahun 2009, tepatnya 31 Maret 2009 yang di syahkan dengan akta pendirian Nomor 15, tanggal 31 Maret 2009. Dengan mengambil spesialisasi di bidang Informasi dan

Tekhnologi maka team di dalamnya terdiri dari ahli di bidangnya masing-masing.

Saat ini PT. Campus Data Media telah memiliki *12 outlet CampusNet* yang tersebar di wilayah Semarang dan telah menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan besar untuk bersama menghadirkan pelayanan yang terbaik dan handal di bidang Informasi dan Teknologi.

Unit bisnis yang dimiliki PT. Campus Data Media saat ini adalah :

1. [Connectivity](#)
2. [Content](#)
3. [Commerce](#)
4. [Support](#)

Banyaknya pesaing warnet maka campusnet selalu meningkatkan kualitas pelayanan demi memperbaiki citra perusahaan di mata masyarakat sekitar. Befikir keras untuk membuat inovasi untuk jasa penggunaan jasa internet agar nyaman bagi penggunanya, dan meningkatkan laba perusahaan. Dapat dilihat pada tabel 1.1 dalam 5 tahun terakhir di Campusnet cabang lingga.

Berikut data jumlah pengunjung Warung Internet Campus Net Cabang Lingga Semarang pada tahun 2011-2016:

Tabel 1.1
Fluktuasi Jumlah Konsumen Warung Internet
Campus Net Cabang Lingga Semarang 2011-2016

Bulan	Jumlah Pelanggan					
	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
Januari	7521	7470	6795	7232	7064	7607
Februari	8131	8668	8448	7826	6007	6500
Maret	8837	8407	8655	8565	7946	7221
April	9259	7783	6127	7269	6722	7063
Mei	9339	7620	6043	7418	7038	7143
Juni	7517	7737	6565	9150	7709	7290
Juli	5931	6062	5875	8016	7357	6820
Agustus	7880	6765	7247	10.672	8569	8219
September	9217	7866	7594	9450	7908	8348
Oktober	9699	7146	7528	8642	8451	8446
November	7566	7716	7507	7006	8403	8597
Desember	7805	7113	5625	6792	7483	7798
TOTAL	98702	90353	84009	98038	90657	91052

Sumber: Data Warung Internet Campus Net, Semarang 2016

Dapat kita lihat pada tabel 1.1 bahwa frekuensi jumlah pelanggan campusnet cabang lingga semarang pada lima tahun terakhir menunjukkan fluktuasi. Pada bulan tertentu seperti juli, agustus, september mengalami penurunan, untuk mengetahui sebab penurunan tersebut maka dilakukan wawancara dengan operator warnet campusnet cabang lingga, pada wawancara tersebut operator berpendapat sebab pengunjung mengalami penurunan setiap tahunnya pada bulan juli, agustus, september. Beberapa diantaranya ialah bulan-bulan tersebut bertepatan libur kuliah, karena pelanggan campusnet cabang lingga terletak di area kampus Upgris Semarang. Diharapkan pada tahun berikutnya jumlah pengunjung di

warnet Campusnet Cabang Lingga Semarang semakin meningkat, tabel 1.1 di atas hanya sebagai acuan agar pada tahun berikutnya perusahaan bisa memberikan fasilitas, pelayanan dan sarana pendukung lainnya yang lebih baik lagi kepada pelanggan, dengan meningkatkan fasilitas, pelayanan dan sarana pendukung akan membuat citra perusahaan baik dimata pelanggan dan masyarakat sekita.

Tabel 1.2
Fluktuasi Jumlah Konsumen Warung Internet
Campus Net Cabang Gajah Semarang 2011-2016

Bulan	Jumlah Pelanggan					
	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
Januari	5116	4913	5615	6552	5914	6840
Februari	4852	4963	5282	6268	5576	6908
Maret	4790	5074	5962	7077	6186	7720
April	4531	5461	5846	6476	6012	7481
Mei	5125	5955	6188	7035	6494	7625
Juni	4841	5633	5908	4900	6234	7515
Juli	4857	5766	6102	6666	6389	7138
Agustus	4924	5738	6654	7347	6943	7331
September	5106	5818	6753	7039	6664	6798
Oktober	5164	5956	5589	7067	6880	4068
November	4633	5392	5674	6646	6617	6723
Desember	4908	5707	6106	6483	6139	6282
TOTAL	58847	66376	71679	79556	76048	82429

Sumber: Data Warung Internet Campus Net, Semarang 2016

Dapat kita lihat juga pada tabel 1.2 bahwa frekuensi pengguna jasa internet pada warung internet campusnet cabangajah terjadi kenaikan dan penurunan pada tahun ketahun, pada tahun 2011-2012 mengalami kenaikan pengunjung, pada tahun 2012-2013 terjadi kenaikan pengunjung pula, pada tahun 2013-2014 terjadi kenaikan yang signifikan, pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan pengunjung, pada tahun 2015-2016

mengalami penurunan pengunjung karena pada tahun 2016 di bulan november-desember belum dapat data pengunjung, karena pada saat pengambilan data pada bulan november 2016. Diharapkan pada tahun 2017 jumlah konsumen di warnet Campunet Cabang Gajah Semarang semakin meningkat, dikarenakan tabel 1.2 di atas hanya sebagai acuan agar pada tahun 2016 perusahaan bisa memberikan pelayanan, fasilitas dan sarana pendukung lainnya yang lebih baik lagi kepada pengunjung atau pengguna internet.

Pada campusnet cabang lingga dan cabang gajah terdapat perbandingan terhadap pengunjung dari tahun ketahun, banyak faktor tertentu yang mengakibatkan fluktuasi pada pengunjung kedua cabang tersebut, di antaranya seperti cabang campusnet lingga mengalami penurunan pada saat bulan-bulan liburan pelajar atau mahasiswa, karena letak campusnet lingga tepat di area komple kampus UPGRIS Semarang, sedangkan campusnet gajah terletak pada lokasi yang dekat masyarakat, jadi pengunjung campusnet gajah mengalami penurunan atau kenaikan pengunjung tidak terlalu signifikan namun berfluktuasi, hanya pada bulan-bulan tertentu mengalami penurunan jika jatuh pada hari-hari besar seperti hari besar Iedul Fitri, di mana masyarakat banyak menghabiskan waktu luangnya untuk mudik ke kampung halamannya masing-masing dan bersilaturahmi di sanak saudaranya.

Dalam penelitian Suharyono (2015), Kotler dan Keller (2009) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai tindakan

terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian seringkali diawali dan dipengaruhi dengan banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik itu berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Artinya bahwa minat beli merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang atau jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penelitian ini berjudul:

“Pengaruh Fasilitas Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Internet (Studi Kasus Pada Konsumen Warung Internet CampusNet Cabang Lingga dan Cabang Gajah Kota Semarang)”

Alasan Pemilihan Judul yaitu sebagai berikut:

1. Menetapkan faktor penelitian Yaitu pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian di warung internet CampusNet cabang lingga dan cabang gajah Semarang.
2. Banyaknya warnet yang ada, dapat mempengaruhi para pengguna jasa warung internet untuk mempergunakan jasa pelayanan dan

fasilitas jasa internet di CampusNet cabang lingga dan cabang gajah Semarang.

3. Faktor pelayanan dan fasilitas yang baik secara tidak langsung dapat meningkatkan mutu dan citra perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa internet pada campus net cabang gajah dan cabang lingga?
- 2) Bagaimana faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa internet pada campus net cabang gajah dan cabang lingga?
- 3) Bagaimana faktor citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa internet pada campus net cabang gajah dan cabang lingga?
- 4) Bagaimana Faktor fasilitas, kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada keputusan pembelian jasa internet pada campus net cabang gajah dan cabang lingga?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh faktor fasilitas konsumen terhadap keputusan pembelian jasa pada campus net cabang gajah dan lingga.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa pada campus net cabang gajah dan lingga.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh faktor Citra perusahaan terhadap keputusan pembelian jasa pada campus net cabang gajah dan lingga.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh faktor fasilitas kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian jasa internet pada campus net cabang gajah dan lingga.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Campus Data Media untuk bahan pertimbangan dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di warung internet (CampusNet) yang dikelolanya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi dunia bisnis,

pendidikan dan bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai bagaimana pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada warung internet CampusNet cabang Gajah dan Lingga. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan antara teori dan ilmu yang didapat selama kuliah dengan dunia nyata.

2) Bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini akan bermanfaat PT. Campus Data Media dalam rangka untuk meningkatkan fasilitas kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

3) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dalam memahami fasilitas kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

4) Bagi Masyarakat

Sebagai bahan referensi yang sangat penting bagi konsumen/masyarakat dan pengguna jasa untuk mengetahui obyek mana yang baik guna melakukan pembelian.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang terdiri dari beberapa sub bab. berikut sistematika yang lengkap dalam penulisan skripsi ini:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini dijelaskan tentang konsep dan teori yang mendasari kepuasan nasabah, teori promosi dan pelayanan.

BAB III Metode Penelitian

Menyajikan data penelitian, berupa jenis dan sumber data, populasi, metode pengumpulan data, cara pengolahan data, metode analisis, deskripsi data berkenaan dengan variabel yang diteliti secara objektif.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan datayang diperoleh dalam penelitian sehingga didapat hasilnya, yang kemudian dilakukan pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan berisi saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.