BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti sekarang ini yang ditandai oleh pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, persaingan diberbagai bidang dapat mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan, sehingga hal tersebut mendorong setiap perusahaan untuk memikirkan langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mempertahankan eksistensinya tersebut. Ketatnya persaingan menuntut setiap perusahaan untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menentukan strategi-strategi agar mampu bertahan di era kompetisi seperti sekarang ini.

Era kompetisi merupakan tantangan global yang harus dihadapi oleh para pelaku diberbagai sektor baik produk maupun jasa. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Jasa merupakan "setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya" (Lupiyoadi, 2006:6).