

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin beragam, tidak hanya berupa barang namun produk jasa dibutuhkan oleh masyarakat. (Meliana Utami, Tati Handayani & Departement, 2020) Persaingan yang semakin meningkat ini membutuhkan keterampilan pemasar untuk memaksimalkan efisiensi perusahaan untuk bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan tuntutan pelanggan, maka akan berhasil perusahaan untuk membuat kontribusi penting untuk perencanaan strategi pemasaran dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hampir setiap orang memiliki dan membutuhkan sepeda motor. frekuensi aktivitas di Jalanan membutuhkan kenyamanan, sehingga kendaraan yang digunakan harus selalu dalam kondisi prima. Untuk memastikan kendaraan selalu dalam kondisi baik, diperlukan perawatan dan perawatan. Dari waktu ke waktu bahkan perlu dilakukan perbaikan pada bagian yang rusak karena sangat penting Layanan perbaikan sepeda motor sangat diminati. Kondisi seperti itu harus digunakan sebagai peluang bisnis. Dilihat dari penggunaannya, bisnis reparasi sepeda motor sangat menjanjikan Jumlah sepeda motor semakin banyak. Hal ini terlihat dari peningkatan produksi sepeda motor per tahun. Perawatan sepeda motor adalah hal yang rutin pengguna

harus menjalankan. Akibatnya, semakin banyak penyedia yang meningkat Tujuan yang lebih baik adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang puas dengan layanan tersebut yang diberikan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu faktor penentu dalam pemasaran suatu produk. Dalam garis besar memiliki sebuah kualitas yang baik dan dapat dipercaya oleh pembeli dari berbagai aspek baik dari segi kualitas dan pelayanan setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk yang dijual perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan adalah sikap yang didapatkan setelah konsumen mengkonsumsi sebuah produk atau jasa yang telah digunakan, konsumen puas jika barang atau jasa yang dikonsumsi merasa sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen adalah kepuasan yang didapatkan setelah konsumen menggunakan produk atau jasa, seseorang dapat merasakan senang atau kecewa berdasarkan harapannya terhadap kinerja produk. Jika konsumen merasakan kinerja produk kurang sesuai dengan harapannya, konsumen cenderung merasa kecewa. (Kuswati et al., 2021) Hal ini membuktikan bahwa rasa puas konsumen terhadap suatu produk, tidak akan mudah berpaling dari produk tersebut. Pembeli yang merasa puas terhadap suatu produk dibuktikan dengan membeli kembali produk tersebut dan tidak mudah tertarik dengan produk lain. Penentu dari kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas produk suatu produk.

Kualitas produk merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen untuk menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan. Beberapa konsumen lebih memilih harga yang lebih tinggi tetapi berkualitas bagus

daripada harga yang murah tetapi kualitasnya buruk. Kualitas merupakan jaminan dari suatu produk. Kualitas juga digunakan untuk meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Kualitas produk menjadi sebuah inovasi yang dapat dijadikan kekuatan tersendiri untuk menciptakan kepuasan konsumen setelah mengetahui berapa lama produk tersebut digunakan. Untuk menjadi kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut.

Kepercayaan konsumen menjadi sebuah tolak ukur terhadap keyakinan dari konsumen akan kesungguhan, kemampuan serta integritas dari perusahaan dan produk yang ditawarkan. Memahami kepercayaan terhadap konsumen menjadi salah satu kunci dalam terjadinya kepuasan konsumen. Dalam bisnis kerajinan aksesoris pengganti kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor utama yang menjadi landasan bagi konsumen untuk datang membeli produk tersebut. Jika seorang konsumen tidak percaya maka otomatis konsumen tidak akan datang membeli ke tempat tersebut. Namun jika tingkat kepercayaan konsumen tinggi maka mereka akan selalu datang dan membeli kembali produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. (Pasaribu dan Purba, 2020). Menurut Kepercayaan konsumen bisa muncul karena terjadinya proses transaksi antara kedua pihak yaitu antara

konsumen dan produsen.(Simanjuntak et al., 2020). Bertemunya kedua pihak akan membuat produsen memberikan pelayanan terbaik supaya konsumen tertarik terhadap produk yang kita pasarkan, disitulah muncul bahwa kualitas pelayanan.

Kualitas layanan merupakan persepsi dari konsumen tentang seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dan mampu mewujudkan harapan dari konsumen. Kualitas layanan juga menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan layanan yang berkualitas seperti keramahan, senyuman dalam melayani, trampil dan handal dalam melayani konsumen berdampak pada peningkatan secara positif keinginan dan keputusan pembelian (Moha dan Loindong, 2016;Enre et al., 2020). Menurut Kotler;Iskandar & Nasution, 2019). Kualitas pelayanan juga menjadi media pemasaran produk kepada konsumen, karena dengan memberikan pelayanan yang baik serta dapat menarik hati konsumen maka konsumen lebih tertarik dalam membeli produk yang kita tawarkan. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral karena mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Putri et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” menyampaikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena suatu produk tersebut memiliki manfaat yang bisa menyenangkan

konsumen baik melalui bentuk fisik dan secara pikiran yang menunjuk pada kelengkapan atau ciri-ciri khusus yang ada dalam suatu barang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul. **“Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Bengkel Yamaha SBR Solo”**

B. Rumus Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo?
4. Apakah kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo?

C. Tujuan

1. Menganalisis dan mengetahui dampak kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo.
2. Menganalisis dan mengetahui dampak kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo.
3. Menganalisis dan mengetahui dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo.

4. Menganalisis dan mengetahui dampak kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha SBR Solo.

D. Manfaat

1. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk pemilik bengkel SBR Solo dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga untuk memberikan informasi, wawasan, bahan referensi, dan bacaan supaya nantinya bisa menambah wawasan pembaca.

2. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran dan referensi penelitian Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan memuat isi karya tulis secara berurutan sehingga permasalahan yang dibahas akan dapat terlihat dengan jelas. Dalam penelitian ini memiliki 5 bab dan disusun secara sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Penulisan penelitian pada bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dalam penelitian, dan sistematika penelitian skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulisan pada bab II menjelaskan tentang kumpulan teori dari para ahli berdasarkan kutipan jurnal ilmiah, selain teori juga terdapat penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Penulisan penelitian pada bab III menjelaskan tentang desain penelitian, populasi, sampel, dan teknik sampling, variabel dan definisi variabel, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulisan penelitian pada bab IV menjelaskan tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penulisan penelitian pada bab V menjelaskan tentang kesimpulan penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.