

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertengahan tahun 2008 masyarakat begitu kaget dengan dikeluarkan kebijakan pemerintah yang akan mengkonversi bahan bakar minyak tanah dengan gas elpiji. Hal ini tak urung menimbulkan kepanikan masyarakat, dimana yang sebagian konsumennya adalah warga kelas menengah kebawah. Melalui Pertamina distribusi gas elpiji 3 kg didistribusikan, dimana setelah ditetapkan calon penerima yang berhak berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS).

Akhirnya mau tidak mau masyarakat harus menerima kebijakan itu sebagai konsekuensi dari semakin berkurangnya cadangan minyak dunia, khususnya Indonesia. Dengan adanya kebijakan tersebut, bukan hanya masyarakat yang terkena dampaknya akan tetapi juga agen minyak tanah yang tiap harinya melayani masyarakat. Para agen minyak tanah tersebut bila ingin terus melanjutkan maka harus merubah jualannya menjadi agen elpiji 3 kg., dimana jumlahnya semakin banyak.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka para agen elpiji 3 kg tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, maka perusahaan tersebut perlu melakukan berbagai strategi, mulai dari strategi penetapan harga, promosi, distribusi barang, dll.

Untuk kemajuan perusahaan maka pihak agen perlu mencermati permintaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2001: 158) bahwa konsumen dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi.

Berdasar uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengambil judul: **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Elpiji 3 Kilogram Pada PT. Aroma Jaya Sejati di Sragen “**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *reliability*, *tangible*, *responsivennes*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen PT. Aroma Sejati ?

C. Pembatasan Masalah

Dalam pembatasan dan pengembangan model pemecahan masalah dibuat batasan-batasan sebagai masalah yang berhasil diidentifikasi dapat dicari pemecahannya. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen apakah dipengaruhi oleh variabel *reability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*.
2. Di dalam penelitian ini dilakukan terbatas pada konsumen PT. Aroma Sejati.
3. Di dalam penelitian ini dilakukan terbatas konsumen yang melakukan transaksi antara bulan Mei sampai Juni 2010.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penulisan ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT. Aroma Sejati yang terdiri dari variabel *reability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1 Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah khasanah ilmiah yang nantinya dikembangkan bagi penelitian selanjutnya yang relevan dan dapat menambah pengetahuan tentang penerapan teori yang sudah ada.

2 Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara efektif dan efisien sehingga tujuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam meningkatkan perkembangan perusahaan dapat tercapai.

F. Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab yang secara garis besarnya bab demi bab disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab akan diuraikan mengenai definisi kepuasan konsumen, dimensi kualitas jasa, karakteristik jasa, konsep mengenai objek pengukuran kepuasan pelanggan, atribut-atribut pembentuk kepuasan, strategi kepuasan pelanggan, dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data,

metode pengambilan sampel, instrumen penelitian, metode analisis data, pengujian kualitas data.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, pengujian kualitas data dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi tentang simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.