

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli (Mahmud Machfoedz, 2005: 2). Dimasa lampau, pelayanan hanya merupakan pelengkap dari suatu hasil produksi, kebutuhan dan keinginan pelanggan kurang diperhatikan dalam manajemen perusahaan. Untuk mencapai keberhasilan dalam iklim bisnis (usaha) masa kini, para eksekutif dan karyawan harus memperhatikan kepuasan konsumen dari sudut pelanggan. Dengan demikian, mereka dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, sekaligus mengangkat kebutuhan dan keinginan tersebut sebagai tanggung jawab manajemen. *Customer Satisfaction* harus menjadi dasar dari keputusan manajemen. Perusahaan harus menjadikan peningkatan kepuasan konsumen sebagai suatu sasaran yang mendasar. Memerlukan jangka waktu tertentu untuk mencapai hasil dari kepuasan konsumen. Untuk mendapatkan hasil dari kegiatan kepuasan konsumen memerlukan kerja keras yang terpadu dan terencana.

Seperti diketahui bahwa, penilaian pelanggan tidak hanya berdasar pada mutu produksi dan performanya. Tetapi juga Bagaimana perusahaan menghadapi pelanggan pada saat perusahaan menyajikan produk dan layanan, bagaimana perusahaan memenuhi layanan purna jual, penyajian informasi melalui berita iklan dan kegiatan- kegiatan promosi penjualan, dan karakteristik agen ( lokasi, kenyamanan dan penampilan fasilitas atau kelengkapan dan sebagainya).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap pelanggan akan menilai perusahaan setiap mereka berhubungan dengan produk atau karyawan perusahaan. Suatu perasaan tidak puas yang kecil, yang timbul dari berbagai hubungan, dapat berkembang menjadi ketidakpuasan secara umum terhadap perusahaan, produk dan layanan perusahaan.

Untuk menghindari hal- hal yang demikian, perusahaan harus mengadakan perubahan pola pikir. Perusahaan dapat memahami perasaan pelanggan yang sesungguhnya hanya bila perusahaan memandang sesuatu hal tidak dari satu sisi yang hanya untuk kemudahan dan keuntungan perusahaan sendiri, melainkan dari sudut pandang pelanggan yang membeli produk dan layanan perusahaan. Dengan sendirinya, komunikasi dan penanganan pelanggan akan semakin baik untuk segala hal yang berkaitan dengan kepentingan pelanggan. Kepuasan konsumen tidak hanya merupakan suatu kampanye atau trend. Sasaran dari kepuasan konsumen adalah untuk

mencapai tujuan utama perusahaan melalui satu titik, yaitu kepuasan pelanggan.

Dalam iklim bisnis saat ini, penentu keunggulan dalam persaingan pasar adalah tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dari pesaing lain. Perusahaan PT. Panorama Motor, yang bergerak pada penjualan produk-produk automotive dapat mencapai keadaan saat ini hanya melalui kegiatan pemasaran dan *service* yang mengarah pada pemuasan pelanggan. Oleh karenanya, *service Departement*, yang selalu berhubungan dengan pelanggan, menjadi sangat penting.

Keunggulan atau kelemahan dalam pelayanan dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan masa depan suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan kepuasan konsumen sebagai bagian dari kegiatannya, maka segera akan memperoleh kesempatan emas untuk mengembangkan usahanya. Pengukuran kepuasan pelanggan yang merupakan penilaian kegiatan perusahaan, dari sudut pelanggan, adalah langkah awal dalam memulai kegiatan kepuasan konsumen. Sampai saat ini, semua pengukuran tradisional, seperti penjualan, keuntungan, "*market share*", produktifitas, dan tingkat kegagalan produksi, menggambarkan hasil usaha hanya dari sudut pandang perusahaan saja. Untuk mengetahui pendapatan pelanggan yang sesungguhnya, perlu diadakan pendekatan yang sebaliknya (pendekatan non-bisnis).

Dengan menyelidiki tanggapan pelanggan terhadap kegiatan bisnis PT. Panorama Motor Karanganyar, misalnya, “apakah program *service* dari perusahaan, sudah dapat memenuhi kebutuhan pelanggan”, “tanggapan yang timbul pada pelanggan mengenai efisiensi dan sikap para karyawan”. Data ini kemudian dikaji untuk menentukan kemungkinannya, setelah diuji, hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan sasaran yang akan dicapai untuk pengembangan.

Dari latar belakang tersebut diatas maka, penulis tertarik untuk mengambil judul: **Analisis Faktor faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Panorama Motor Yamaha Karanganyar.**

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Dengan memperhatikan luasnya permasalahan yang akan dibahas maka selayaknya diberikan suatu batasan masalah sehingga mudah dalam pembahasannya dengan tidak mengurangi validitas penelitian. Pada penelitian ini, sebagai pembatasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Analisis faktor-faktor yang berpengaruh dengan kepuasan dapat ditinjau dari faktor-faktor produk/jasa, personil, pelayanan dan citra perusahaan.
2. Produk merupakan obyek yang diteliti dengan alasan produk ini memberikan kontribusi keuntungan yang lebih tinggi.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor produk/ jasa, personil, pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Panorama Motor Yamaha Karanganyar baik secara partial maupun serempak.
2. Faktor apakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Panorama Motor Yamaha Karanganyar.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada di PT. Panorama motor Yamaha Karanganyar secara partial.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada di PT. Panorama motor Yamaha Karanganyar secara serempak.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pelayanan di PT. Panorama Motor Yamaha Karanganyar.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai penerapan ilmu pengetahuan teoritis kedalam situasi nyata serta menambah pengetahuan praktis mengenai usaha-usaha untuk meningkatkan kepuasan atas pelayanan pada perusahaan.
2. Bagi PT. Panorama Motor Karanganyar, adalah merupakan bahan informasi dan masukan dalam pengambilan keputusan dibidang manajemen dan peningkatan kualitas pelayanan di PT. Panorama Motor Karanganyar.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis dan sumber pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, hasil analisis data dan pembahasannya.

### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pemecahan masalah yang diajukan serta saran- saran yang perlu disampaikan.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN