

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas seperti sekarang ini, setiap perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang ketat dari perusahaan lain diseluruh dunia. Setiap perusahaan akan berusaha untuk merebut hati konsumen, maka setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitasnya, dan strategi pemasaran yang baru. Untuk memerangi persaingan global perusahaan harus meningkatkan kemampuan produsen untuk menjual produk yang berkualitas tinggi agar sanggup memberi kepuasan terhadap konsumennya.

Persaingan perusahaan jasa saat ini berkembang semakin ketat sehingga setiap saat perusahaan yang memproduksinya harus mempunyai strategi baru untuk menarik minat konsumen serta mempertahankan konsumen lama, terutama kualitas layanan serta fasilitas yang pada akhirnya untuk memenuhi kepuasan konsumen yang akan berdampak positif dan menguntungkan bagi perusahaan. Bagi perkembangan serta berjalannya sebuah perusahaan, apapun itu produk dan jasa yang dihasilkan, pemahaman akan kebutuhan konsumen sangat penting yang mana harus diiringi dengan peningkatan mutu layanan dan professional.

Dewasa ini setiap perusahaan tidak hanya sebagai produksi barang saja tetapi perusahaan juga menyertainya dengan layanan jasa juga.

Layanan jasa tidak hanya terbatas kepada hal-hal tertentu saja tetapi menangani hal-hal yang dianggap biasa juga. Persaingan antara industri jasa juga tidak kalah ramai dengan persaingan produk baik itu dikalangan pemerintah maupun kalangan swasta. Sebagai industri layanan jasa, yang dipasarkan adalah bagaimana layanan itu sendiri sehingga kualitas layanan sangat dikedepankan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan akan kepuasannya dalam mengkonsumsi jasa yang mereka terima.

Semakin bertambahnya jumlah kendaraan bermotor, khususnya sepeda motor di Indonesia, terutama di Surakarta mendorong tumbuhnya bisnis jasa servis dengan pesat. Ketatnya persaingan bisnis jasa servis menyebabkan perusahaan harus berkompetisi dengan menarik konsumen dan mempertahankannya. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan pelanggan, kualitas yang diberikan oleh pihak perusahaan akan member dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat sehingga akan berdampak jangka panjang bagi perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan bahkan meniadakan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Pada

gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang telah memberikannya.

Menurut Parasuraman, *et.al* (1985) (dalam Tjiptono, 2005: 44) mengemukakan bahwa untuk mengukur kualitas jasa dapat ditentukan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa. Dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- d. Empati (*empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut mampu membahagiakan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan, sehingga akan tercipta kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan setelah pembelian diyakini tergantung kepada kinerja yang ditawarkan dengan harapan

sebelumnya. Seperti definisi berikut ini “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya”(Kotler, 2002: 42). Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Begitu juga sebaliknya jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, senang dan bahagia.

Dari uraian diatas, maka penulis mencoba untuk mengadakan penelitian pada para pelanggan servis sepeda motor Yamaha, untuk mengetahui faktor-faktor yang telah membuat para konsumen tertarik untuk menggunakan jasa servis di PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta dan senantiasa menjadi pelanggan tetap. Dengan melihat latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA BENGKEL DI PT. KONDANG MOTOR YAMAHA SURAKARTA”**

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka yang diidentifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat kualitas pelayanan dalam dimensi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha di bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta?

2. Variabel dimensi kualitas pelayanan (penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*)) manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha di bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta?

C. BATASAN MASALAH

Dikarenakan terbatasnya kemampuan peneliti maka peneliti membatasi permasalahan yang akan di teliti, agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu meluas. Adapun batasan-batasannya sebagai berikut :

1. Dimensi yang diteliti pada tingkatan kualitas pelayanan adalah dimensi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*).
2. Penelitian ini ditujukan bagi pelanggan sepeda motor Yamaha pada bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta.

D. TUJUAN PENELITIAN

Sejalan dengan permasalahan yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh tingkat kualitas pelayanan dalam dimensi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*)

terhadap tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha di bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta.

2. Mengidentifikasi pengaruh yang paling dominan antara tingkat kualitas pelayanan dalam dimensi penampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), kepastian (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha di bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta.

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha pada jasa bengkel PT. Kondang Motor Yamaha Surakarta, sehingga dapat dijadikan masukan yang mana bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.