

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang mengharuskan sebuah perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis agar dapat memuaskan konsumen. Dalam kehidupan manusia sering kali kegiatan ekonomi selalu berubah sesuai dengan perkembangan jaman. Hal ini dapat dilihat dari gaya hidup konsumen yang mulai menginginkan adanya suatu kepraktisan dan kenyamanan dalam mendapatkan suatu barang dan jasa. Sehingga akhir-akhir ini banyak toko-toko retail yang bermunculan guna memenuhi keinginan konsumen tersebut. Karena adanya fakta bahwa perilaku konsumen telah berubah ke arah yang konvinien, produk berkualitas tinggi, metode pembayaran yang fleksibel, menyebabkan para retailer harus membentuk suatu strategi yang jitu untuk mengatasi hal ini serta berusaha menawarkan produk dan jasa yang tepat.

Kepuasan konsumen adalah hal yang mutlak diberikan perusahaan demi merebut hati pelanggan. Suatu hal yang perlu diperhatikan untuk memenuhi kepuasan konsumen adalah komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Menurut Day (Dalam Tse dan wilton, 1988:24) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reansonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel – variabel tersebut cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat dapt meraih keuntungan yang lebih besar daripada para pesaingnya, karena dengan dipahaminya perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler, 1996:19).

Untuk memenuhi persyaratan tersebut, dunia usaha dituntut untuk mampu mengadakan perubahan. Ada tiga ciri gambaran perubahan yang banyak dikabarkan, yaitu kesetaraan, keanekaragaman, dan kebaruan. Kualitas merupakan topik yang paling hangat di dunia bisnis. Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumennya. Ada banyak sekali pengertian kualitas, yang sebenarnya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain.

Kepuasan konsumen di Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri pada saat ini mengalami peningkatan hal ini disebabkan karena pelayanan dan penetapan harga yang terjangkau. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen perusahaan menerapkan beberapa strategi, yang pertama strategi pemasaran berupa relation ship marketing, yang kedua superior customer service yaitu dengan menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing, ketiga unconditional guarantees strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan beberapa strategi ini perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

kualitas menurut Gaspersz, (2005:5) “Kualitas adalah Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan, guna meningkatkan kepuasan pelanggan internal maupun eksternal”.

Dalam hal ini yang berkaitan dengan kualitas yaitu pelayanan, pelayanan bisa berupa jasa dan produk. Pelayanan jasa sering sekali banyak diinginkan oleh konsumen untuk mencapai tujuan tertentu. Misalkan pelayanan jasa pada Dealer Motor, biasanya seorang konsumen akan lebih memilih dealer yang karyawan-karyawannya ramah serta tanggap dengan yang apa diperlukan oleh konsumen. Hal ini akan membuat konsumen menjadi nyaman berada di dealer tersebut.

Selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan faktor lain yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga yang ditawarkan. Harga biasa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi suatu biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan. Dengan perusahaan menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen, secara langsung perusahaan tersebut akan lebih dilirik oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN**

DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER SUZUKI WAHYU MOTOR WONOGIRI.”

B. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang di uraikan dalam latar belakang diatas masih sangat luas dan dapat menyebabkan kesalahan dalam pemahaman atau penafsiran. Oleh sebab itu peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan atau dapat diartikan kemampuan yang dapat memuaskan kebutuhan dan memenuhi atau melebihi apa yang diinginkan konsumen.
2. Penetapan harga atau dapat diartikan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.
3. Kepuasan konsumen atau dapat diartikan respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan yang dirasakan setelah pemakainya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, serta pembatasan masalah seperti yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri?

2. Adakah pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri?

D. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian ilmiah harus ada tujuan yang tepat supaya penelitian yang dilaksanakan mempunyai arah sesuai dengan apa yang menjadi tujuan penulis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada Dealer Suzuki Wahyu Motor Wonogiri.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan yaitu:

1. Bagi instansi

Sebagai pedoman atas pertimbangan pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijakan yang dilakukan instansi.

2. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan sebagai wujud aplikasi teori- teori yang diberikan selama berada dibangku perkuliahan.

3. Bagi peneliti lain

Memberikan referensi bagi peneliti lain yang berminat dalam masalah yang serupa.