

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195), sedangkan Kotler (2003: 61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat

produk akan kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 133) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Dealer Panorama Yamaha Motor sebagai salah satu jasa masyarakat harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan konsumen sebagai konsumen dengan memberikan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang terbaik. Beberapa bidang pelayanan dan fasilitas yang harus dikembangkan secara berkelanjutan meliputi pelayanan servis, jual beli kendaraan, dan penunjang serta fasilitas pelayanan umum lain yang lebih lengkap dan memadai, sumber daya manusia (karyawan), dan sistem informasi. Tjiptono (2000: 54) menyebutkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan institusi jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sebuah institusi jasa untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen, khususnya adalah konsumen (Srinadi dan Nilakusmawati, 2008).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, Dealer Panorama Yamaha Motor dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan

kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat. Pihak dealer perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan berbagai latar belakang dan pemikiran tersebut maka penulis mengadakan penelitian dengan judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENYEDIAAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI DEALER PANORAMA YAMAHA MOTOR DI BOYOLALI”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali?
2. Apakah penyediaan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali?

C. Pembatasan Masalah

1. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen merupakan media untuk melihat apakah dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (*reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy*) serta variabel penyediaan fasilitas.
2. Di dalam penelitian ini dilakukan terbatas pada konsumen Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali yang merupakan salah satu penyedia jasa kendaraan bermotor untuk masyarakat.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik) terhadap kepuasan konsumen di Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali.
2. Untuk mengetahui pengaruh penyediaan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermnfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Pembaca

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui tentang kualitas pelayanan dan ketersediaan fasilitas di Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali, sehingga pembaca terutama

konsumen dapat menilai dan merasakan kepuasan dari dua variabel tersebut.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas, pelayanan, fasilitas, dan kepuasan.

3. Bagi Dealer Panorama Yamaha Motor di Boyolali

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam usaha meningkatkan kualitas layanan supaya lebih memuaskan konsumen serta untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan di masa kini dan di masa mendatang demi kepuasan pelanggan.

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 ini akan diuraikan mengenai definisi pemasaran jasa, karakteristik jasa, definisi kualitas, dimensi kualitas, definisi

pelayanan, karakteristik pelayanan, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, hubungan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan, pengertian fasilitas secara umum, dan penelitian terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, instrument penelitian, metode analisis data, pengujian kualitas data.

BAB IV: PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

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