

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Layanan sarana transportasi bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi tersebut bisa membantu setiap aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat. Banyaknya usaha akan menimbulkan daya saing yang akan memacu kreativitas para pengusaha agar lebih meningkatkan kualitas usaha yang dikelolanya.

Permintaan masyarakat terhadap kebutuhan jasa pada masa sekarang ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Bidang usaha disektor jasa mulai dibangun dan dikembangkan oleh para pengusaha, baik bidang usaha jasa pendukung produk yang dijualnya maupun bidang usaha yang menjual jasa murni. Pengertian jasa menurut Kotler (2000), jasa adalah setiap perbuatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa merupakan suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersama dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai dan sehat) bersifat tidak berwujud (Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, 2009). Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009) klasifikasi jasa dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

1. Hanya benda berwujud (*a pure tangible goods*), terdiri dari benda berwujud seperti sabun, pasta gigi dan lain-lain. Tidak ada produk pendamping untuk produk tersebut.
2. Benda berwujud dengan layanan pendamping (*a tangible goods with accompanying service*), terdiri dari benda berwujud didampingi oleh satu layanan lebih. Misalnya mobil dan computer, penjualan akan lebih tergantung pada kualitas dan tersedianya layanan pelanggan yang mendampingi.
3. Hibrid (*a hybrid*), terdiri dari bagian yang sama antara produk dan jasa. Contoh orang-orang menjadi pelanggan restoran karena makanan dan layanannya.
4. Layanan utama dengan sedikit produk dan layanan pendamping (*a mayor service with accompanying minor goods and service*), terdiri dari layanan utama dengan tambahan atau produk pendukung. Contoh: penumpang maskapai penerbangan membeli jasa transportasi. Perjalanan tersebut termasuk beberapa benda berwujud, misalnya makanan, minuman, tiket, dan majalah maskapai penerbangan. Layanan tersebut membutuhkan modal insentif untuk realisasinya, yakni pesawat terbang tetapi hal yang utama adalah layanan.
5. Layanan murni (*a pure service*), hanya terdiri dari layanan. Contoh: jasa pengasuhan anak, terapi fisik pijat, dan lain-lain. Jasa ini banyak macamnya, mulai dari jasa tempat parkir sampai kepada armada angkutan udara, dari

tukang becak sampai bis angkutan antar kota antar propinsi, dari mess sampai hotel bintang lima dan sebagainya.

Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dicium, didengar, dan dirasakan seperti halnya produk nyata, sehingga penilaian terhadap jasa berbeda dengan penilaian terhadap produk.

Usaha perusahaan jasa untuk mengevaluasi kepuasan dan ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari dimensi kualitas jasa. Kualitas jasa akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, semakin baik kualitas jasa maka konsumen semakin puas. Sebaliknya semakin buruk kualitas jasa maka konsumen semakin tidak puas. Menurut Eagly and Chaiken (1993) seperti dikutip Jasfar (2002), mengemukakan bahwa kualitas jasa berhubungan dengan sikap karena menyangkut penilaian menyeluruh atas pelayanan yang diterima pelanggan. Penilaian tersebut berdasar pada penelitian yang telah dilakukan, terutama yang berhubungan dengan kecenderungan berperilaku (*behavior intention*). Dengan demikian kualitas jasa berpengaruh terhadap sikap dan perilaku konsumen. Sikap konsumen yang ditampilkan dari bentuk kepuasan dan ketidakpuasan, semata-mata hanya didasari pada perbedaan antara harapan konsumen (*expectation*) dengan kinerja jasa (*service performance*).

Seiring berjalannya waktu teknologi dalam bertransportasi mengalami perkembangan yang sangat cepat seperti sekarang ini. Sarana bertransportasi bagi kehidupan manusia dimanapun semakin penting, sejalan dengan perkembangan globalisasi di era saat ini. Tidak hanya di kota metropolitan

saja, tetapi di seluruh kehidupan masyarakat berkembang sangat pesat dengan bantuan alat transportasi.

Salah satu alat transportasi bagi masyarakat adalah sepeda motor. Fungsi sepeda motor saat ini bertambah kearah kenyamanan dalam berkendara seiring berkembangnya ilmu dan teknologi. Baik dalam upaya kepuasan bagi konsumen dalam berkendara ataupun bagi konsumen yang membutuhkan konsultasi dan perawatan sepeda motor.

Persaingan bisnis servis sepeda motor semakin ketat, maka peningkatan kualitas sangat penting diperhatikan. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi yang digunakan untuk servis, tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan jasa perbaikan yang berkualitas. Kualitas pelayanan sepeda motor dicerminkan sebagai pelayanan jasa serta servis berkala, hal ini diterapkan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebagai pemakai sepeda motor. Untuk itu, Penulis memberikan judul pada penelitian ini adalah ***“Pengaruh Pelayanan Servis Motor Terhadap Kepuasan Konsumen di Dealer Sumber Baru Rejeki Sragen”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) mempengaruhi kepuasan konsumen?

2. Dari faktor-faktor kualitas pelayanan, faktor manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam melakukan servis motor di dealer Sumber Baru Rejeki dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan servis motor di dealer Sumber Baru Rejeki.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka.
- b. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan acuan bagi penelitian selanjutnya.
- c. Diharapkan agar peneliti dapat mengetahui secara langsung faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen.

D. Sistematika Penulisan Skripsi

Laporan penelitian mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen ini disusun dalam bentuk makalah yang terdiri 5 bab. Adapun sistematikanya adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang permasalahan dan penjelasan singkat mengenai pengaruh pelayanan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan atas teori-teori yang berkaitan mengenai kualitas pelayanan, dimensi pelayanan, kepuasan konsumen, dan penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai dasar pembahasan dan analisis dari permasalahan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang kerangka pikiran, hipotesis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, variable penelitian, uji validasi dan reliabilitas instrument penelitian, analisis data penelitian dan metode yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat laporan dari hasil penelitian lapangan serta pembahasan penelitian yang didapat baik dari data sekunder ataupun dari survey responden. Hasil pengolahan data tersebut didata dan dianalisis sesuai dengan teori.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian, pengolahan, analisis dan pembahasan. Selain itu juga terdapat saran yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat dijadikan masukan bagi perusahaan.