

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumen otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Peningkatan konsumen otomotif tidak hanya terjadi pada kendaraan roda dua namun juga pada kendaraan roda empat. Pertumbuhan pemakaian kendaraan bermotor tersebut dalam beberapa sisi memiliki dampak positif maupun negatif.

Dipandang dari dampak negatifnya, pertumbuhan pemakaian kendaraan bermotor mengakibatkan kemacetan di berbagai wilayah dan kemungkinan terjadinya kecelakaan lalu lintas karena banyak daerah tidak mampu mengantisipasi pertumbuhan pengguna kendaraan bermotor dengan peningkatan kualitas infrastruktur jalan. Dampak positifnya adalah semakin tinggi mobilitas ekonomi yang terjadi di berbagai daerah. Salah satu aktivitas ekonomi yang dapat tumbuh seiring dengan peningkatan pemakaian kendaraan bermotor adalah bengkel jenis “assesories” mobil.

Jika dilihat dari pangsa pasar, jasa bengkel assesories di Klaten ini cukup menggiurkan karena adanya faktor pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan pemakaian mobil di kota Klaten. Namun kondisi tersebut nampaknya juga dibaca oleh beberapa pengusaha pesaing sehingga peningkatan jumlah konsumen ternyata juga diimbangi dengan jumlah bisnis pesaing yang kini sudah semakin menjamur. Dalam persaingan bisnis jasa tersebut hal yang harus diperhatikan adalah adanya kepuasan pelanggan, di mana adanya perasaan senang atau kecewa seseorang dari

membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya (Kotler, 2009:49).

Adapun faktor yang harus diperhatikan dalam hal kepuasan pelanggan adalah adanya kualitas citra perusahaan, di mana konsumen melakukan perbandingan dari satu perusahaan ke perusahaan lain untuk memperoleh *image* perusahaan terbaik menurut masing-masing konsumen. Faktor lain adalah kualitas pelayanan, di mana konsumen menginginkan suatu pelayanan yang baik menurut standar pelayanan yang ada. Faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen adalah adanya nilai pelanggan yang diberikan oleh penyedia jasa terhadap konsumen.

Persaingan yang ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi harus lebih serius dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan kepuasan bagi pelanggan dan dapat memiliki nilai saing dibandingkan kompetitornya. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam suatu bisnis jasa, jika pelayanan yang diberikan maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan dalam sektor pemasaran merupakan aspek yang harus diperhatikan. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan adalah adanya kepedulian yang diberikan oleh penyedia jasa terhadap konsumen. Hal utama lain yang mempengaruhi adalah adanya jaminan terhadap kualitas produk yang diberikan dan adanya rasa empati atau kepekaan terhadap kebutuhan konsumen.

Selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga seringkali dikaitkan dengan kepuasan pelanggan. Salah satu kunci persaingan dapat berada pada citra perusahaan

penyedia jasa. Setiap perusahaan memiliki citra yang berbeda, kelemahan dan keunggulan perusahaan yang dihadapkan dengan perusahaan lain akan memunculkan posisi perusahaan tersebut dibanding perusahaan lain.

Beberapa hal yang menjadi perhatian khusus oleh konsumen dalam citra perusahaan adalah adanya persaingan harga, reputasi perusahaan di mata konsumen, pelayanan jasa yang diberikan penyedia jasa, dan adanya komitmen organisasi yang ada dalam perusahaan tersebut. Diantara beberapa hal tersebut, yang dianggap paling penting adalah pelayanan jasa yang diberikan penyedia jasa terhadap konsumen. Hal tersebut dianggap penting karena pada pelayanan akan menimbulkan beberapa persepsi bahwa pelanggan merasa puas atau merasa kecewa.

Faktor lain yang seringkali dikaitkan dengan upaya penciptaan kepuasan pelanggan adalah nilai pelanggan. Kotler (2006:25) mengungkapkan bahwa suatu perusahaan berhasil menawarkan produk atau jasa kepada pelanggan apabila mampu memberikan nilai dan kepuasan. Nilai pelanggan yang diharapkan oleh konsumen adalah adanya berbagai alternative pilihan kepada konsumen terhadap barang atau jasa yang dibutuhkan. Tidak hanya itu, konsumen juga membutuhkan kepastian mutu pelayanan saat melayani konsumen sesuai dengan standar pelayanan yang ada.

Salah satu usaha assesories mobil yang cukup laris di daerah Klaten adalah Bengkel Mandiri Teknik. Bengkel tersebut berada di lokasi yang cukup strategis dibandingkan bengkel lainnya. Bengkel ini menawarkan beberapa jasa seperti jasa pemasangan ac mobil, jasa pemasangan kaca film, jasa custom audio, dll.

Di dalam pengelolaan jasa selama ini terdapat berbagai macam testimoni dari para pengguna jasa tentang Bengkel Mandiri Teknik Klaten. Ada beberapa testimoni yang berisi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel,

namun ada pula pelanggan yang merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan. Kondisi tersebut tentunya menjadi pembelajaran tersendiri bagi Bengkel Mandiri Teknik Klaten dalam menjadikan pertimbangan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan serta keterkaitannya dengan perilaku konsumen, guna menghindari penurunan minat konsumen di masa mendatang.

Dengan adanya latar belakang yang telah terpaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada: Bengkel Mandiri Teknik Klaten).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Diantara variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan;

2. Mengetahui pengaruh dominan dari ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat dalam ilmu pemasaran terutama mengenai pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan, serta nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Manfaat praktis

Memberi informasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap Bengkel Mandiri Teknik Klaten. Sehingga pihak pemilik bengkel dapat menentukan prioritas perbaikan kualitas jasa sesuai dengan harapan pelanggan serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan lebih tinggi lagi dan jumlah pelanggan menjadi relatif lebih banyak.