

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Layanan sarana transportasi bagi masyarakat telah menjadi suatu kebutuhan yang utama. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi dapat membantu setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat. Semakin banyaknya usaha akan menimbulkan persaingan yang dapat memacu kreativitas dan inovasi bagi para pengusaha agar lebih bisa meningkatkan kualitas produk yang dikelolanya.

Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan usaha. Karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan. Konsumen yang sangat puas akan percaya dan berkomitmen terhadap jasa, maka akan dengan lebih mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang. Kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Salah satu cara yang dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi pelangganya adalah dengan produk yang higiene dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan

pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Strategi penetapan harga harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang tujuan penetapan harga suatu perusahaan. Keputusan penetapan harga merupakan keputusan yang kompleks dan sulit bagi perusahaan, karena keputusan penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi di dalam perusahaan. Harga kadang-kadang digunakan sebagai alat mengkomunikasikan kualitas dan nilai suatu jasa apabila pelanggan merasa sulit menilai kemampuan jasa itu sebelumnya. Jika pelanggan akan membeli suatu produk, harga yang tertera dapat disesuaikan dengan kondisi keuangan.

Konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas, bagi konsumen barang mewah yang mempunyai keunikan bagus dari produk perusahaan adalah yang mereka inginkan. Konsumen memiliki batas bawah harga dimana harga yang rendah dari batas itu menandakan kualitas yang kurang baik atau kualitas yang tidak dapat diterima. Sementara itu untuk batas atas harga dimana harga yang tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam pengalaman dan penilaian jasa dari perusahaan, karena kepuasan pelanggan tumbuh secara dinamis dan berkembang sepanjang waktu. Kepuasan pelanggan dapat

ditingkatkan secara terus-menerus diantaranya melalui promosi, kepedulian sosial, dan bonus yang proporsional. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan membuahkan loyalitas dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dipandang cukup penting untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan servis di AHASS motor Honda?
2. Diantara variabel kualitas pelayanan dan harga variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan servis motor di AHASS Honda?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan servis di AHASS motor Honda.
2. Untuk mengetahui diantara pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan servis di AHASS motor Honda.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang kepuasan pelanggan. Serta sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk bengkel servis motor AHASS Honda dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari konsumen dalam kepuasan pelanggan.