

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa belakangan ini Indonesia sedang mengalami peningkatan usaha jasadi bidang otomotif. Usaha ekonomi di bidang otomotifsaatini merupakan suatu prospek yang cukup bagus. Melihat kondisi Indonesia yang padat saat ini memiliki jumlah penduduk yang sangat padat. Penduduk Indonesia juga tidak jauh dengan kendaraan yang seakan menjadi kebutuhan primer. Jasa bengkel yang sudah mulai muncul dibeberapa tempat, baik bengkel resmi dari dealer motor maupun bengkel milik perorangan. Bengkel di kota Pati juga semakin banyak yang mendirikan bengkel resmi maupun perorangan.

Semakin banyaknya bengkel di kota Pati yang bermunculan salah satunya bengkel Astra Motor Pati. Upaya yang harus dilakukan pada bengkel Astra Motor Pati adalah mempertahankan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumennya. Upaya dalam mengatasi persaingan antara bengkel Astra Motor Pati dengan yang lain, yang sama – sama memberikan jasaadalah meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini memiliki nilai yang sangat besar dalam membawa pelanggan menuju ketinggian kepuasan. Sehingga dalam hal ini kepuasan tersebut akan memberikan dampak baik bagi bengkel Astra Motor Pati.

Faktor – faktor yang dapat mendukung dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Kualitas pelayanan berfungsi sebagai acuan yang membawa variabel – variabel ke dalam kepuasan. Tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu bisnis bengkel. Konsumen tidak akan merasa puas dan dampak negatif akan muncul terhadap bengkel tersebut. Kualitas pelayanan mempunyai beberapa dimensi meliputi bukti fisik, kehandalan pelayanan, kesiapan pelayanan, jaminan, dan empati.

Bukti fisik merupakan elemen – elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik dan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya lokasi, alat dan teknologi yang canggih. Lokasi meliputi ruang tunggu, lahan parkir. Sedangkan alat dan teknologi yang digunakan semakin maju. Maka kesempurnaan kualitas pelayanan akan lebih terjamin.

Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada pelanggan dengan tepat meliputi kesesuaian kinerja. Supaya pelanggan tetap menikmati hasil yang baik di bengkel tersebut.

Selain kehandalan, ketanggapan (responsiveness) juga sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan. Ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Ketanggapan ini menekankan pada persnal yang memberi pelayanan untuk memperhatikan permintaan, pertanyaan dan keerratan dari pelanggan.

Jaminan (assurance) yaitu kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan yang meliputi pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai baik montir ataupun karyawan bengkel untuk menumbuhkan rasa percaya pada diri pelanggan agar tetap memilih pada perusahaan.

Empati (Empathy) yaitu menekankan pada perlakuan pelanggan sebagai individu untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan memahami pelanggan secara spesifik dan waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Banyak bengkel yang mempunyai kualitas pelayanan yang baik di Pati, salah satunya yaitu bengkel Astra Motor. Bengkel Astra motor merupakan salah satu bengkel yang paling ramai di Kota Pati. Penelitian ini dilakukan di bengkel Astra Motor Pati karena bengkel ini merupakan bengkel yang ramai, umumnya bengkel yang ramai mempunyai pelanggan yang banyak dan diminati beberapa kalangan masyarakat. Sehingga dalam pengisian kuesioner akan memiliki kestabilan dan dapat menjawab dengan jawaban yang cukup tepat.

Penelitian ini dianggap menarik karena dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel astra motor Pati.

B. Perumusan Masalah

Dari sekian banyak penjelasan – penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah bukti fisik (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?
2. Apakah kepercayaan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?
3. Apakah daya tanggap (*responsive*) mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?
4. Apakah jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?
5. Apakah empati (*emphaty*) mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?
6. Apakah bukti fisik (*tangible*), kepercayaan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) secara bersama – sama mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Astra Motor Pati?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh variable *tangible* terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati
2. Untuk mengetahui pengaruh variable *reliability* terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati

3. Untuk mengetahui pengaruh variable *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati
4. Untuk mengetahui pengaruh variable *assurance* terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati
5. Untuk mengetahui pengaruh variable *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati
6. Untuk mengetahui pengaruh variable *tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty* secara bersama – sama mempengaruhi kepuasan pelanggan di bengkel Astra Motor Pati.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan terutama yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada Bengkel.

2. Manfaat Empiris

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian, khususnya penelitian yang bersangkutan dengan kepuasan pelanggan Bengkel.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika dalam penelitian ini disusun secara berurutan mulai dari pendahuluan hingga penutup. Untuk lebih rinci adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori – teori yang mendasari penelitian, meliputi : tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis. Adapun teori – teori yang mendasari penelitian ini meliputi penjelasan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang hal – hal yang berkaitan dengan definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan, keterbatasan dalam penelitian, dan saran yang diharapkan agar menjadi pertimbangan untuk penelitian – penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.