

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Saat ini banyak usaha bisnis berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing usaha bisnis juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu keberhasilan usaha bisnis dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus-menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis.

Usaha bisnis bengkel motor yang berkembang saat ini diminati oleh pelanggan pengguna motor. Setiap usaha mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitik beratkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap **pengusaha** bengkel harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai

dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Para usahawan perlu menyusun strategi yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya. Usaha untuk mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah, sebab diperkirakan untuk mempertahankan satu konsumen saja biayanya lebih mahal daripada mendapatkan satu konsumen.

Bengkel motor merupakan salah satu usaha di bidang jasa perbaikan dan pergantian mesin sepeda motor. Bisnis ini menawarkan jasa perbaikan dan pergantian mesin sepeda motor kepada pengunjung. Kondisi ini menuntut pengusaha meningkatkan kualitas pelayanan, biaya dan lokasi. Barang yang bervariasi dengan biaya yang terjangkau serta penyediaan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan suatu kepuasan pada konsumen. Jika kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen tercapai maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dapat terpenuhi.

Persaingan antar usaha bisnis bengkel motor semakin ketat, maka pengelola perlu melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya. Bengkel motor saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan konsumen. Kualitas sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Dengan kualitas baik yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan dampak positif dan begitu juga sebaliknya. Kualitas pelayanan jasa yang sering digunakan terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, jaminan, keandalan dan empati.

Bukti fisik merupakan sarana nyata yang dimiliki perusahaan seperti: bangunan interior yang rapi, ruang tunggu yang nyaman dan memberikan kesan positif terhadap perusahaan serta penampilan para karyawan yang rapi dan bersih akan lebih memudahkan konsumen dalam menyampaikan keluhan mereka. Daya tanggap yaitu tindakan seseorang untuk membantu maupun memberikan pelayanan dengan cepat. Tanggap dalam mengatasi masalah dan selalu siap mengatasi masalah merupakan suatu tindakan yang manfaatnya dapat dirasakan oleh pelanggan. Jaminan yaitu suatu kemampuan seseorang untuk melaksanakan tugas yang memang sudah dikuasai sehingga akan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan pelanggan. Selain itu garansi servis yang diberikan perusahaan juga menjadi jaminan yang di berikan untuk pelanggan. Keandalan adalah kemampuan untuk mengatasi masalah pelanggan dengan baik, ramah dan sesuai dengan harapan dalam pelayanan jadi keandalan bisa menjamin tingkat keberhasilan tentang apa yang sudah dilakukan. Empati adalah jaminan yang bersifat pribadi dan berusaha memahami keinginan pelanggan, peduli terhadap permasalahan para pelanggan dan memberikan keyakinan berupa jaminan terhadap kinerja mereka kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah rasa senang, suka atau kecewa seorang pelanggan yang ada setelah mengetahui kinerja yang dipikirkan akan kinerja yang telah diharapkan, kepuasan ada karena pengetahuan, ketrampilan, sikap dan perilaku yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa, pelanggan akan merasa puas jika perusahaan mampu memberikan apa yang diinginkan

bahkan melebihi harapan mereka. Pelanggan akan bisa puas apabila keinginan mereka dapat terpenuhi. Ada beberapa indikator kepuasan pelanggan diantaranya adalah kepuasan jasa secara menyeluruh, merekomendasikan kepada pihak lain, dan akan menggunakan jasa kembali.

Semua usaha yang berhubungan dengan pelanggan harus berkomitmen selalu meningkatkan pelayanan untuk kenyamanan dan kemudahan para pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan biasanya akan membuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, sehingga memungkinkan pelanggan melakukan konsumen ulang. Selain itu kepuasan pelanggan memungkinkan terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), sehingga reputasi perusahaan akan baik dimata pelanggan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Kepuasan konsumen tidak mungkin tercapai sekalipun hanya untuk sementara waktu, perlu upaya perbaikan dan penyempurnaan. Strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan pengelola harus kerja keras dalam menarik pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap kualitas pelayanan, biaya dan lokasi yang disediakan. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Jadi, bengkel yang ingin unggul dalam menciptakan kepuasan konsumen harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Irawan (2015: 37) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Irawan (2015) berpendapat ada lima *driver* utama konsumen yaitu kualitas produk, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Penelitian ini mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen meliputi kualitas pelayanan, biaya dan lokasi.

Faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan ciri serta sifat suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seorang *pengusaha bengkel* dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan karyawan dengan baik akan mempengaruhi tingkat kenyamanan sehingga mengakibatkan kepuasan konsumen meningkat pula.

Faktor biaya merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tadi. Semakin biaya terjangkau oleh konsumen maka mereka akan berkunjung ke tempat tersebut, begitu juga apabila biaya itu dianggap konsumen terlalu tinggi atau dikatakan mahal maka mereka akan berpikir untuk berkunjung ke tempat tersebut. Untuk itulah faktor biaya menentukan tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung. Konsumen juga membandingkan biaya ke lokasi lain. Apabila biaya itu lebih murah maka mereka akan datang lagi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Bailia dkk (2014) bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di Kota Manado.

Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Lokasi yang dekat dengan keramaian seperti dekat dengan pasar, terminal dan lain-lain sangat mendukung peningkatan volume penjualan bagi mini *market* tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen tidak lepas dari faktor *Marketing mix*. *Marketing mix* merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang meliputi produk, biaya, lokasi, dan promosi dan pelayanan (Assauri, 2014).

Penelitian ini dilakukan Bengkel Iksan Motor yang terletak di Sragen yang bergerak di bidang jasa penjualan yaitu bengkel motor. Bengkel Iksan Motor didirikan karena melihat adanya kebutuhan masyarakat yang belum dapat terpenuhi dengan jumlah konsumen bengkel motor yang ada pada waktu tersebut. Penelitian dilakukan di Bengkel Iksan Motor dengan pertimbangan jumlah konsumen yang melakukan transaksi konsumen semakin meningkat.

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang akan diteliti, sehingga tujuan dan sasaran yang akan dicapai menjadi jelas, terarah dan mendapatkan

hasil yang diharapkan. Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh biaya terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian di Bengkel Iksan motor sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian sebagai masukan bagi pihak perusahaan, sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih maju. Selain itu juga sebagai penambah wawasan perbaikan dan kesempurnaan dalam perkembangan dibidang usahanya.
2. Kegiatan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dunia bisnis secara nyata dan untuk menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang belum pernah didapat di bangku perkuliahan serta sebagai pembandingan antara teori mata kuliah yang diterima dengan kenyataan yang ada dilapangan.

3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.