

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, kebutuhan penduduk pun kian meningkat, misalnya kebutuhan terhadap adanya transportasi. Adanya transportasi mempermudah mobilitas masyarakat dalam beraktivitas dengan mudah, sehingga menjadikan transportasi sebagai suatu kebutuhan yang sangat amat penting. Transportasi mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan manusia sehari-hari baik dalam perekonomian maupun pembangunan, sejak dahulu, sekarang sampai masa mendatang. Pentingnya fungsi transportasi dalam perekonomian dan pembangunan, maka kegiatan pelayanan transportasi harus diselenggarakan secara efektif dan efisien, melalui perencanaan, pengaturan dan penyusunan kebijakan (Rahardjo Adisasmita, 2010). Sarana transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah kendaraan sepeda motor, dikarenakan harganya yang lebih murah beserta perawatannya juga dibandingkan jenis kendaraan yang lain. Maka tidak heran jika tingginya jumlah kendaraan bermotor membuat banyak terciptanya perusahaan layanan jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor atau bisa dikenal dengan bengkel. Hal ini ditandai dengan maraknya perusahaan/unit usaha baru yang bermunculan dengan menawarkan produk layanan jasa yang hampir sama atau sejenis. Adanya bengkel sepeda motor bertujuan untuk mengatasi kebutuhan masyarakat terhadap keluhan yang ada pada motornya. Maka dari itu persaingan antar perusahaan layanan jasa *service* motor sangatlah tinggi dalam mendapatkan para konsumen.

Pada dasarnya perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan sebanyak banyaknya. Oleh karena itu, guna memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya produk yang ditawarkan oleh perusahaan diharuskan memberikan tingkat kepuasan kepada konsumen yang tinggi atas produk

yang dihasilkannya, karena kepuasan konsumen menjadi tolok ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Agar mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan harus senantiasa melakukan evaluasi terhadap produk & kinerjanya, misalnya mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan sebab menurut Sari (2020) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terciptanya kepuasan pelanggan. Akan tetapi yang menjadi kenyataan yang dihadapi saat ini adalah semakin sulit mempertahankan para konsumen agar tidak berpindah ke produk dari perusahaan saingan. Karena pada dasarnya produk yang bagus saja belum cukup, sebuah perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar orang-orang mengenal produknya serta manfaat yang bisa mereka dapatkan dari produk tersebut. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah *marketing mix* (bauran pemasaran) karena dengan adanya strategi pemasaran ini dapat membantu perusahaan memberikan informasi mengenai apa saja jasa yang ditawarkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan target pasar. Sebuah layanan jasa akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi, jika dapat menyediakan apa yang konsumen harapkan. Dengan demikian, faktor yang ada dalam bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk.

Pada umumnya terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih harmonis, serta memberikan citra yang baik kepada perusahaan yang dapat mempengaruhi pembelian ulang kembali oleh pelanggan. Mengutip pendapat Annisa (2019) pada jurnalnya yang meneliti obyek yang sejenis, yakni tentang Kepuasan Pelanggan, menurutnya kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Kunci keberhasilan suatu perusahaan

yaitu mampu memahami kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen serta harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dari perusahaan serta tidak dapat dipungkiri lagi dalam dunia bisnis saat ini, sebuah perusahaan menempatkan masalah kepuasan pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya untuk menjaga pasarnya. Kualitas layanan dianggap sangat penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Salhuteru, 2017: 85). Oleh karena itu, terciptanya kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang erat dengan kualitas layanan yang diberikan.

Astra Honda Authorized Service Station atau yang dikenal AHASS merupakan bengkel resmi Honda yang menyediakan sparepart dan layanan jasa service motor Honda. Bengkel AHASS tersebar hampir diseluruh kota di Indonesia, salah satunya berada di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yaitu AHASS UMS Motor 1. AHASS dikenal sebagai bengkel dengan penerapan teknologi yang terbaik dan terbaru, disertai dengan kemampuan para mekaniknya yang berpengalaman dan bersertifikat khusus. Adanya kualitas pelayanan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dengan leluasa dan penggunaan strategi pemasaran *marketing mix* yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran taktis yang dapat menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Oleh karena itu dengan kualitas pelayanan yang dikombinasikan dengan strategi pemasaran yang terbaik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan para konsumen yang akhirnya perusahaan dapat mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah atau pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara faktor-faktor dari kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan?
2. Strategi apa yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di bengkel Ahass Motor UMS 1?

### **1.3 Batasan masalah**

Adapun batasan pada penelitian digunakan untuk membuat ruang lingkup penelitian menjadi lebih terarah. Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden penelitian yaitu konsumen Ahass UMS Motor 1.
2. Variabel dan indikator yang digunakan diperoleh dari penelitian terdahulu yang sejenis.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor-faktor dari kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Memberikan saran terhadap faktor-faktor dari kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebagai rekomendasi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di Ahass Motor UMS 1.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan bukti empiris ada tidaknya pengaruh kualitas layanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan yang dapat memberikan masukan kepada perusahaan akan pentingnya perhatian dari manajemen akan pengelolaan kualitas layanan yang diberikan.

2. Sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh manajemen terutama yang berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang sumber daya manusia dan perilaku manajemen tentang pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini ditulis dengan memperhatikan sistematika penulisan Tugas Akhir. Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis. Teori yang ada berasal dari jurnal, buku, dan literatur lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, uraian tahapan penelitian dan proses analisa.

### **BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang gambaran secara singkat objek penelitian, hasil analisis data, hasil pengolahan data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Berisi hasil atau kesimpulan analisis penelitian dan saran yang berdasarkan pada penelitian yang telah dilaksanakan.