

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagai kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Untuk menciptakan *image* yang baik di benak konsumen, perusahaan tidak dapat menghindari fungsinya dari melayani konsumennya. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan mencerminkan baik tidaknya perusahaan tersebut. Banyak riset yang menunjukkan bahwa prosentase

jumlah konsumen yang memutuskan untuk tetap memakai jasa perusahaan tertentu karena pelayanan yang mereka terima dirasakan ada kepuasan atau baik. Dengan kata lain, salah satu faktor yang mendongkrak pangsa pasar adalah peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas dari suatu pelayanan memang merupakan kewajiban bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Pelayanan merupakan kunci sukses dari sebuah perusahaan. Oleh karena itu pelayanan harus menjadi faktor perhatian manajemen perusahaan dalam menjalankan suatu usaha.

Tjipto (1997) dalam Herizon dan Maylina (2003) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya: (1) hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, (2) memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor: pengharapan dan kinerja jasa yang dialami. Kinerja yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, campuran pemasaran, nama merek dan citra perusahaan. Karena konsumen yang puas cenderung untuk mempertahankan pola konsumsinya atau mengkonsumsi lebih banyak produk atau jasa yang sama, kepuasan konsumen telah menjadi indikator penting kualitas dan *revenue* mendatang. Fornell (1987) dalam Andreassen (1994) menyatakan kepuasan konsumen mempengaruhi perilaku pembelian:

konsumen yang puas cenderung menjadi konsumen loyal, tetapi konsumen loyal bukan berarti puas.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yaitu pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada industri pendidikan di Yogyakarta oleh Munawaroh (2000). Penelitian sebelumnya mengambil objek penelitian pada lembaga pendidikan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan berbagai alasan yang telah disebutkan di atas, sangat menarik untuk menjadikan bengkel sepeda motor sebagai amatan dalam penyusunan skripsi ini, karena bengkel adalah salah satu jasa yang memomorsatukan kualitas suatu *service* untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu konsep yang telah banyak digunakan untuk meningkatkan kualitas suatu jasa serta untuk meningkatkan daya saing bengkel, yaitu melalui konsep *Total Quality Service (TQS)*.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, dalam mempertahankan konsumennya perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan pelanggannya. Karena terciptanya kepuasan pelanggan dapat menguntungkan sekali bagi perusahaan yaitu dapat terjadinya pembelian ulang. Adanya pembelian yang berulang ini sangat menguntungkan sekali bagi perusahaan karena perusahaan dapat menghemat biaya promosi dan akan muncul konsumen baru karena adanya *word of mouth* dari konsumen ke konsumen. Kedua, penelitian berkaitan dengan kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan khususnya pada bengkel sepeda motor sejauh pengamatan peneliti belum banyak dilakukan. Berdasar uraian di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mandiri Motor Variasi.**

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### **D. Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi:

1. Bagi Praktek

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif pada umumnya dan bagi bengkel Mandiri Motor Variasi pada khususnya dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.