

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, perkembangan penduduk dan kemajuan teknologi dewasa ini, tingkat kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap barang dan jasa untuk mendukung aktivitas kehidupannya juga meningkat. Salah satu kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat saat ini adalah kebutuhan alat transportasi, karena dengan alat transportasi tersebut mobilitas manusia dapat ditingkatkan intensitas dan kualitasnya. Alat transportasi yang banyak dibutuhkan dan digunakan oleh kalangan masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah adalah sepeda motor. Kondisi ini ternyata menjadi peluang baik bagi para produsen sepeda motor di Indonesia, hal terlihat dari banyaknya perusahaan sepeda motor yang menawarkan produknya, seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Vespa, masih ditambah lagi beberapa produsen sepeda motor Cina.

Banyaknya jumlah produsen yang memasarkan produk sepeda motornya di Indonesia tersebut, secara langsung menjadikan kondisi persaingan di pasar sepeda motor menjadi semakin meningkat intensitas dan kualitasnya. Masing-masing produsen berupaya untuk dapat menguasai pangsa pasar, melalui berbagai macam strategi yang mereka lakukan. Ada produsen yang menerapkan strategi harga rendah, ada pula yang menerapkan strategi pengembangan produk, strategi diferensiasi produk; atau menerapkan kombinasi dari beberapa strategi.

pada dasarnya dilakukan untuk memperebutkan pelanggan atau menguasai pangsa pasar, serta memberikan produk dan layanan yang memuaskan pelanggan, sehingga akan tercipta pelanggan-pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

Dalam upayanya meningkatkan kualitas produknya, PT Honda Astra International juga melengkapi produknya dengan jasa pendukung yaitu perawatan/serivce gratis selama periode tertentu. Berkaitan dengan tujuan tersebut PT Honda Astra International juga melengkapi dealernya dengan divisi perawatan (AHASS Service); yang khusus menangani servis baik selama masa jaminan (gratis) maupun setelah masa jaminan habis. Melalui AHASS Service tersebut pelanggan dapat memperoleh pelayanan perawatan sepeda motor yang ditangani oleh mekanik-mekanik khusus yang memiliki sertifikat dari PT Honda Astra International. Di samping itu, melalui jasa perawatan AHASS Service pelanggan dapat memperoleh suku cadang asli Honda atau merek lain yang telah direkomendasi oleh PT Honda Astra International. Dengan demikian keberadaan AHASS Service di samping memberikan manfaat kepada perusahaan yaitu sebagai sarana untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan; tetapi juga memberikan manfaat kepada pelanggan karena pelanggan dapat memperoleh layanan yang berkualitas serta suku cadang yang memenuhi standar operasi.

Dalam aktivaitasnya bengkel AHASS Service Klaten sebagi salah satu bengkel resmi untuk sepeda Honda, juga menghadapi persaingan dari bengkel-bengkel service lain (tidak resmi) yang dalam prakteknya juga dapat memberikan pelayanan perawatan sepeda motor Honda. Salah satu alat bersaing yang digunakan oleh AHASS Service Klaten dalam menghadapi bengkel-bengkel

pesaing tersebut adalah kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya. Secara konseptual, untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut; sehingga upaya-upaya pemasaran yang dilakukan dapat lebih terarah. Menurut model kepuasan pelanggan yang dikembangkan oleh Larry Gullede, faktor-faktor yang secara konseptual atau teoritis mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sistem pengiriman, kinerja produk/jasa, citra, hubungan harga-nilai, kinerja karyawan, dan persaingan (Cravens, 1999; 9). Faktor-faktor itulah yang secara konseptual dapat mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan pelanggan.

Meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan, khususnya bagi bengkel AHASS Service Klaten; maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian empiris terhadap faktor-faktor yang menentukan kepuasan pelanggan di perusahaan tersebut. Adapun judul penelitian yang akan penulis lakukan tersebut adalah: "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris di Bengkel AHASS Service Klaten)".

B. Batasan Masalah

Kepuasan pelanggan pada dasarnya dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor internal pada masing-masing individu pelanggan maupun faktor eksternal yang berasal dari perusahaan dan faktor yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dikonsumsi pelanggan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang secara

konseptual atau teoritis mempengaruhi kepuasan pelanggan dibatasi hanya pada : sistem penyampaian jasa, kinerja jasa, citra perusahaan, harga, kinerja karyawan, persaingan (Craven, 1999).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah disampaikan. maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Sistem penyampaian jasa, Kinerja jasa, Citra perusahaan, Harga, Kinerja karyawan, dan Persaingan secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS Service Klaten.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, khususnya bagi perusahaan, ilmu pengetahuan, dan penulis sendiri.

1. Bagi PT Astra Honda

Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu masukan/informasi yang mungkin dapat dimanfaatkan dalam

menyusun strategi pemasarannya yang berkaitan dengan upaya peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Bagi ilmu pengetahuan

Bagi ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran jasa. hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan yang sifatnya empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jasa. Selain itu, bagi peneliti lain yang berminat melakukan kajian ulang terhadap masalah ini dengan lebih komprehensif, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi.

3. Bagi peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana dalam