

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang mencakup beberapa aspek seperti mencakup volume penjualan tertentu, mendapatkan laba yang maksimal dan menunjang tujuan perusahaan agar senantiasa dapat berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya. Dalam era globalisasi ini persaingan menjadi sangat pesat baik di pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, misalnya dengan menghasilkan barang dan jasa yang mutunya terjamin dengan harga yang wajar, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Maka harapan harus sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen agar tercipta suatu penilaian yang seimbang sehingga dapat memperoleh kepuasan dari pelanggan. adalah ketidak seimbangan antara harapan dengan penilaian oleh seorang konsumen. Maka sangat diperlukan keseimbangan antara kualitas layanan dan kepuasan kepada konsumen. Seperti halnya yang diharapkan oleh konsumen itu tercapai tentunya dapat meningkatkan penilaian yang baik bagi suatu perusahaan di benak konsumen. Definisi tersebut merupakan pendapat bahwa harapan merupakan standard prediksi yang dilakukan pelanggan dalam melakukan pembelian. juga dapat diartikan adalah cita cita konsumen yang di inginkan dapat tercapai. secara etimologi berasal dari bahasa inggris yang berarti sebuah harapan/pengharapan atas apa yang paling mungkin terjadi, yang merupakan kepercayaan yang berpusat pada masa depan, realistis atau mungkin tidak realistis. Robbins dan Judge (2013) menjelaskan bahwa kinerja seseorang dapat membuat orang tersebut membenarkan persepsi mereka walaupun pada kenyataannya persepsi tersebut salah. persepsi adalah suatu penilaian terhadap hasil yang sudah diperoleh. Seperti penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Satriyono (2017) Yaitu Analisis Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Menunjukkan bahwa atribut-atribut yang harus dipertahankan. karena harapan pelanggan tinggi dan persepsi atau yang dirasakan pelanggan juga tinggi. Jadi pihak bengkel Warna Indah telah melaksanakan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas atas beberapa interpretasi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu seseorang dengan objek yang sama atau mirip. Sehingga seseorang cenderung berusaha untuk memenuhi yang dimilikinya dengan melakukan

berbagai cara agar menjadi kenyataan. Secara garis besar berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. karena harapan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen akan menimbulkan dampak kepuasan pada diri konsumen yang tidak menjadikan seorang konsumen tidak kecewa atas hasil yang diperoleh yang menjadi harapan dari seorang konsumen.

Agar dapat mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan tentu tidak hanya dilakukan dengan keberhasilan perusahaan memberikan hasil yang sesuai dengan persepsi dari seorang konsumen terhadap perusahaan untuk memajukan perusahaan kedepannya. Persepsi itu sendiri adalah seberapa besar manfaat yang didapat dan dikorbankan supaya mendapatkan suatu produk dimana seluruh penilaian dilakukan oleh konsumen berdasarkan persepsinya. Bila kualitas yang diharapkan sama dengan pengalaman kualitas sebelumnya maka akan menciptakan persepsi kualitas keadaan netral yang diperoleh. Indikator persepsi kualitas yang dipakai pada penelitian ini diantaranya : 1) Persepsi kualitas karyawan , 2) Persepsi kualitas lokasi 3) Persepsi kualitas jasa pelayanan. Seperti penelitian yang dilakukan Agung Utama yaitu Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten menunjukkan bahwa hasil analisis deskriptif menunjukkan pelanggan (pasien) RSUD Cakra Husada Klaten memiliki persepsi yang memuaskan atas kualitas pelayanan yang diterimanya (dirasakan). Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan seorang pelanggan karena persepsi merupakan penilaian yang diberikan oleh seorang konsumen dilakukan guna mengetahui sesuai atau tidak terhadap apa yang dilakukan suatu perusahaan.

Didalam melihat kemajuan dari suatu perusahaan tentu dapat dilihat dari berapa banyak seorang pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau jasa layanan yang diberikan perusahaan kepada seorang pelanggan. Dari seluruh proses kegiatan pemberian produk maupun jasa kepada pelanggan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Ketika nilai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tinggi, maka pelanggan akan memiliki loyalitas berupa komitmen pelanggan terhadap suatu produk, kualitas layanan berdasarkan sikapnya yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang dan secara kontinyu. Suprapti (2010), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan sikap keseluruhan yang diperlihatkan oleh pelanggan terhadap suatu produk setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk itu. Dilihat dari perspektif manajerial, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Menurut Irawan (2011), kepuasan pelanggan

ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Jadi kepuasan pelanggan adalah rasa puas yang di peroleh seorang pelanggan atas hasil yang diberikan oleh suatu perusahaan dari hasil pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang jasa yaitu Bengkel motor Hans. Bengkel motor Hans ini adalah suatu usaha yang menawarkan jasa *service* motor. Bengkel motor Hans ini berada di wilayah Jember, Kecamatan Sukowono dusun Randu Agung. jasa pelayanan tentunya juga sangat dibutuhkan oleh seorang konsumen maka dari itu saat ini perusahaan yang bergerak di bidang jasa cukup banyak seiring berkembangnya zaman. Menurut Lupiyoadi (2011) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Seperti usaha yang bergerak dibidang jasa yaitu Bengkel motor Hans usaha ini adalah suatu usaha yang menawarkan jasa *service* motor, usaha ini bisa dikatakan cukup berkembang karena semakin tingginya pengguna sepeda motor oleh konsumen di zaman modern. tentunya hal ini berpengaruh terhadap perkembangan jasa bengkel motor Hans yang menawarkan jasa *service* motor. untuk mengembangkan usaha ini tentunya pemilik bengkel ini harus melakukan jasa *service* yang sesuai dengan apa yang di inginkan oleh seorang konsumen dengan begitu dapat menimbulkan presepsi yang positif pada bengkel motor Hans, berikut adalah data pelanggan pada bengkel motor Hans.

Table 1.1 Data pelanggan Bengkel motor hans Sukowono Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah pelanggan Bengkel
2018	1800
2019	1970
2020	1080

Sumber : Bengkel Hans Sukowono 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 Dapat diketahui Jumlah Pelanggan pada bengkel hans cukup Banyak terlihat pada tahun 2018 jumlah pelanggan mencapai 1800 data ini diperoleh dengan perhitungan setiap harinya bengkel Hans dapat melayani jasa *service* motor sebanyak 5 pelanggan dan jika dihitung dalam satu bulan jumlah pelanggan adalah sebanyak 150 pelanggan jadi perhitungan dalam satu tahun dapat mencapai 1800 pelanggan, jumlah ini terus meningkat pada tahun 2019 jumlah pelanggan bisa mencapai sebanyak 1970 pelanggan, akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2020 jumlah pelanggan mengalami penurunan sebanyak 890 hal ini dikarenakan kepuasan seorang pelanggan yang mulai berkurang terhadap jasa *service* pada bengkel motor Hans. Fenomena masalah yang terjadi pada bengkel ini

adalah dari segi kualitas layanan, baik kondisi bengkel dan kualitas *service* motor yang terkadang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh seorang konsumen. Dikarenakan karyawan pada bengkel motor Hans selalu berganti ganti hal ini terjadi karena terdapat karyawan yang berhenti kerja pada tahun 2020 sehingga menurunkan kualitas jasa *service* motor yang ada pada bengkel motor Hans. Tentunya menimbulkan persepsi yang kurang positif dari seorang pelanggan dari segi kualitas layanan *service* motor dan kondisi bengkel yang kurang tertata, hal ini dapat menghambat perkembangan usaha bengkel Hans itu sendiri, mempengaruhi penilaian kepuasan seorang pelanggan terhadap jasa bengkel motor Hans

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas peneliti merumuskan beberapa rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah *tangibel* (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono ?
2. Apakah *reliability* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono?
3. Apakah *responsiveness* (ketanggapan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono?
4. Apakah *assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono?
5. Apakah *empaty* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono?
6. Apakah *tangibel*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibel* (bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* (ketanggapan) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono.
5. Untuk mengetahui pengaruh *empaty* (empati) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono
6. Untuk mengetahui *tangibel*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hans Sukowono

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Kegunaan Akademis Bagi Penulis Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah ilmu dan wawasan pengetahuan baik teori maupun belajar menganalisa dan melatih daya pikir dalam mengambil kesimpulan dari permasalahan yang ada, khususnya yang berhubungan dengan Sistem Informasi Pengelolaan Data pembayaran di Bengkel Motor Hans Sukowono
2. Kegunaan Akademis Bagi Peneliti Lain Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan referensi dan pemikiran kepada peneliti lain atau para akademis yang akan mengambil skripsi atau tugas akhir dengan kajian yang baik di dalam penulisan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi pihak Bengkel Motor Hans, dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber informasi mengenai perbedaan kualitas pelayanan yang terjadi dengan harapan konsumen, dengan informasi yang didapatkan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan
2. Bagi Penulis, untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai perbedaan kualitas pelayanan yang terjadi dengan harapan konsumen di Bengkel Motor Hans, serta diharapkan juga mampu memberikan sumbangan pemikiran dan menambah ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran dan manfaat lainnya adalah untuk memperoleh derajat sarjana ekonomi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Sebagai tambahan khasanah pengetahuan bagi orang lain berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan konsumen.