

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Dunia usaha yang semakin berkembang menuntut pelaku usaha mampu merespon perubahan yang terjadi dengan memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang tidak mampu memahami perilaku konsumen secara tepat dapat menurunkan loyalitas atau konsumen berpindah ke perusahaan lain. Loyalitas menjadi konsep sentral pemasaran dalam wacana bisnis dewasa ini. Loyalitas konsumen merupakan kesediaan untuk terus berlangganan dalam jangka panjang, dengan menggunakan barang dan jasanya secara terus menerus serta secara sukarela merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas mendeskripsikan perilaku konsumen atas produk atau jasa. Apabila suatu produk/jasa mampu memberi kepuasan maka konsumen tidak beralih ke produk/jasa lainnya. Upaya mewujudkan loyalitas konsumen terus berubah seiring dengan meningkatnya kebutuhan pasar. Loyalitas konsumen sangat penting bagi perkembangan perusahaan, sehingga upaya untuk membangun loyalitas konsumen perlu menjadi perhatian serius bagi perusahaan. Menurut Durianto, Dkk (2001:4).konsumen yang loyal pada umumnya akan melakukan pembelian merk atau produk walaupun dihadapkan pada banyak alternatif pilihan merk produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari berbagai sudutnya.

Membangun loyalitas konsumen tidaklah mudah apalagi menghendaknya secara cepat karena loyalitas tidak muncul secara tiba-tiba melainkan memerlukan strategi untuk mencapainya. Menurut Prapti (2011:2) strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang bisa diterapkan guna membangun loyalitas adalah melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Griffin (2003:49) menyatakan bahwa apabila penilaian pelanggan merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pemakaian ulang (*repeat customer*), bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi *word of mouth*

kepada rekan, saudara dan kenalannya, dan memiliki kekebalan atas tawaran pesaing.

Menurut Tjiptono (2000: 126) mengungkapkan lima dimensi yang menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu:“(1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi, (2) kehandalan (*reliability*), sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (4) jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, dan (5) empati (*empathy*) sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan”.

Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi, penelitian ini didukung oleh Mardikawati dan Farida (2013) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan hubungan baik dalam kurun jangka panjang bagi perusahaan. Hasil peneliti lainnya yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), Japarianto dkk (2007) menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Bengkel Poer Variasi Jember merupakan bengkel mobil yang berada di daerah Tegal Besar Jember. Sebagai penyedia jasa, Bengkel Poer Variasi Jember tidak hanya dituntut untuk memenuhi pelayanan dengan baik, akan tetapi juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi aset yang berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan pelanggan dimana bengkel memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu saat ini banyak bermunculan bengkel- bengkel variasi di daerah Jember dan sekitarnya contohnya Metro Variasi dan Barometer Variasi.

Tabel 1.1 Data Pendapatan Bengkel Poer Variasi Jember Tahun 2016-2017

Bulan	2016	2017
Januari	40.465.000	45.965.500
Februari	48.750.000	48.800.000
Maret	48.352.000	35.300.000
April	37.851.500	42.900.000
Mei	30.995.450	46.800.000
Juni	43.253.000	38.300.000
Juli	30.780.000	27.970.000
Agustus	41.150.000	35.450.000
September	36.000.000	43.300.000
Oktober	37.675.000	39.000.000
November	46.900.000	40.591.000
Desember	42.850.000	33.571.000
Total	485.021.950	477.978.500

Sumber: Bengkel Poer Variasi Jember tahun 2018

Pada Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 terjadi penurunan pendapatan. Terjadi penurunan sekitar Rp. 7.043.450 atau sekitar 1,4%. Beberapa faktor yang bisa menyebabkan penurunan tersebut adalah adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas pelayanan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, karena setiap aktivitas atau tindakan pelayanan oleh perusahaan penyelenggara layanan perlu diukur untuk mendeteksi, mengetahui capaian-capaian riil terkait dengan visi, misi, dan tujuan pelayanan perusahaan tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Menuru Gilbert dkk., (2004) bahwa kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan. Mengacu pada latar belakang penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Bukti Fisik (*Tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember?
2. Apakah Keandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember?
3. Apakah Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember?
4. Apakah Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember?
5. Apakah Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Bukti Fisik (*Tangibles*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.
2. Untuk menguji pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.
3. Untuk menguji pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.
4. Untuk menguji pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.
5. Untuk menguji pengaruh Empati (*Empathy*) terhadap loyalitas konsumen Bengkel Poer Variasi Jember.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat digunakan bagi perusahaan dalam menggunakan strategi pemasaran yang berkaitan dengan loyalitas.

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini, dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan, referensi, perbandingan, maupun acuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lanjutan.

3. Bagi peneliti

Selain untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan, peneliti juga berharap penelitian ini mampu memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih dalam dan luas serta menjadi bahan perbandingan antara teori-teori yang selama ini peneliti dapatkan di bangku perkuliahan dengan penerapannya di dunia kerja.



