

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Masalah Penelitian

1.1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu mudah. Sebagian pelanggan memiliki kebutuhan yang tidak sepenuhnya mereka sadari, atau mereka tidak dapat mengartikulasikan kebutuhan ini. Hanya melayani kebutuhan yang dinyatakan saja berarti tidak memberi pelanggan apa yang benar-benar di butuhkan dan memberi pelayanan terhadap kepuasan pelanggannya (philip kotler, 2013). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pernyataan afektif tentang reaksi emosional terhadap pengalaman

produk atau jasa yang dipengaruhi oleh afeksi pelanggan terhadap produk-produk tersebut. atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat "*win-win situation*" yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel reparasi motor. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di Let. Jen Suprpto Jakarta Pusat. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya bengkel Januar Motor di Let. Jen Suprpto Jakarta Pusat, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di Jakarta Pusat, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di bengkel Januar Motor Let. Jen Suprpto Jakarta Pusat

Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan, seperti misalnya pengerjaan atau reparasi motor yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan, seharusnya pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya dalam perbaikan reparasi motor serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Januar Motor Jakarta Pusat**”

1.1.2. Perumusan Masalah Pokok Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan bengkel Januar Motor?
2. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Januar Motor?

1.1.3. Spesifikasi Masalah Pokok Penelitian

Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, harga dan lokasi agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali. Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan?

5. Seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan?

1.2. Kerangka Teori

1.2.1. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memiliki hubungan atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian yang menjadi dependen adalah kepuasan pelanggan (Y)

1.2.2. Uraian Konseptual tentang variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3), serta satu variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2010), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah komunikasi, produk dan pelayanannya (Dra. Muslichan Erna Widiana, MM dan Prof. Bonar Sinaga, 2010).

Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus

mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan dimasa mendatang.

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

1.2.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian konseptual yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan bengkel Januar motor?
2. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan bengkel Januar motor?

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sasaran untuk menerapkan ilmu yang telah diterima penulis didalam perkuliahan untuk diterapkan kembali pada saat melakukan penelitian di dalam suatu kegiatan perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perbaikan praktek-praktek profesional yang berkenaan dengan penerapan bauran pemasaran.

3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan bengkel Januar Motor