BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku pelanggan dan calon pelanggan. Karena dalam memilih barang dan jasa,pelanggan didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas yang di berikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan, kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan pelanggan.Kepuasan pelanggan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada pelanggan sesuai dengan apa yang dipersepsikan pelanggan. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya

perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak pelanggan maka perusahaan akan semakin sulit mengenali pelanggannya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelangganmerasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk sebagai badan usaha yang bergerak di sektor jasa khususnya perawatan mobil bermerk Suzuki tidak hanya mengutamakan hasil pekerjaan dalam perawatan kendaraan saja, tetapi pada saat ini lebih kepada pelayanan pelanggan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk dituntut untuk dapat menciptakan bisnis dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin dalam upaya tetap unggul untuk persaingan jangka panjang dengan menawarkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan perawatan kendaraannya.

Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk menggunakan program "Pelayanan Sepenuh Hati" dengan tujuan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga diharapkan dapat tercipta pelanggan yang setia dan bahkan dapat melakukan promosi kepada calon pelanggan lainnya.

Seringkali terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggannya.

Bertitik tolak dari latar belakang masalah diatas, penulis mencoba untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggandengan judul:**"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan PelangganBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk"**.

B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada tiga masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kinerja Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk dalam menciptakan kualitas pelayanan baik dari segi perawatan kendaraan.
2. Semakin meningkatnya kebutuhan pelanggan terhadapunsur-unsur pelayanan yang diberikanBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.
3. Kecepatan dan ketepatan pelayanan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk yang diberikan kepada pelanggan.

2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan perawatan berkala pada Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimanatingkatkualitas pelayananBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayananBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk ?

4. Dimensi apakah dari kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayananBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.
4. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Manfaat lainnya adalah dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah untuk mengelola perusahaan dimasa yang akan datang secara efektif dan efisien.

2. Bagi peneliti, merupakan tambahan pengetahuan dari dunia kerja yang sangat berharga untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah.
3. Bagi pembaca, diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini mengandung urutan-urutan dan penjelasan mengenai bab-bab yang ada dalam penulisan ini. Skripsi ini terdiri dalam enam bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian teori – teori yang digunakan sebagai dasar penelitian dan melihat sejauh mana penerapan teori dengan pelaksanaannya serta memecahkan masalah. Bab ini diakhiri dengan kerangka pikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan analisis data serta definisi operasional variabel.

BAB IV TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tinjauan umum atas objek penelitian yang berisikan : sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan uraian, serta karakteristik responden dari pelanggan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian untuk pengaruh kualitas pelayanan Bengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk terhadap kepuasan pelangganBengkel Resmi Suzuki Kebon Jeruk baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari analisis dan pembahasan penelitian, serta saran-saran yang diharapkan dapat menjadimasukan bagi perusahaan.