

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 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 di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya<sup>1</sup>. Semakin banyak perusahaan 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<sup>2</sup>. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

---

<sup>1</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, hal.46

<sup>2</sup> Tjiptono. Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2004, hal. 146

pelanggan<sup>3</sup>. Kepuasan 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.

Permintaan dan kebutuhan pelanggan harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat 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 perawatan dan perbaikan mobil. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Jakarta. Pelayanan dan promosi yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut

---

<sup>3</sup> Ibid, hal.146

menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di bengkel Srijaya Mobil Jakarta, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di kota Jakarta, 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 Srijaya Mobil. Adapun data jumlah pelanggan bengkel Srijaya Mobil selama beberapa bulan terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Data jumlah pelanggan bengkel Srijaya Mobil

Bulan Juni – Desember 2012

Bulan	Jumlah Pelanggan
Juni	908
July	920
Agustus	948
September	960
Oktober	987
November	1015
Desember	1024

Sumber : bengkel Srijaya Mobil Jakarta

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan Bengkel Sijaya Mobil cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu loyal pada Bengkel Srijaya Mobil.

Bengkel Srijaya Mobil mempunyai peluang dan tantangan seperti bengkel-bengkel pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan Bengkel Srijaya Mobil dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Bengkel Srijaya Mobil menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan Bengkel Srijaya Mobil akan bertambah. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak bengkel Srijaya Mobil

Ketidakpuasan pelanggan atau keluhan pelanggan adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan, justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan pelanggan, pihak perusahaan bisa lebih banyak belajar mengenal karakter pelanggan. Dengan kondisi tersebut, perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan. Mengenali kekecewaan atau keluhan pelanggan secara dini adalah suatu sikap bijaksana yang harus dilakukan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan segera dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan.

Tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas. Keluhan tersebut ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan,

sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan ketidakpuasan pelanggan Bengkel Srijaya Mobil selama Juni sampai Desember 2012.

**Table 1.2**  
**Data keluhan bengkel Srijaya Mobil**  
**Bulan Juni - Desember 2012**

No	Keluhan	Jumlah
1	Kebersihan lingkungan sekitar kurang di perhatikan	10
2	Kurang di perhatikan nya kebersihan wc	7
3	Fasilitas ruang tunggu yang kurang memadai	6
4	Tidak adanya konsultasi langsung tentang perawatan kepada mekanik	13
5	Pelayanan terhadap pelanggan memerlukan waktu yang lama	8
6	Kurang tanggap terhadap keluhan	3
7	Kinerja mekanik kurang maksimal	4
8	Harga cukup mahal	5
9	Tidak ada nya diskon	3

Sumber : Bengkel Srijaya Mobil Jakarta

Berdasarkan hasil kotak saran yang ada di bengkel Srijaya Mobil dapat diketahui bahwa keluhan dari pelanggan bengkel Srijaya Mobil cukup banyak. Keluhan-keluhan tersebut harus ditanggapi pihak bengkel dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka di buat penelitian dengan dengan judul : **“ANALISIS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL SRIJAYA MOBIL JAKARTA”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah terdapat beberapa keluhan atau ketidakpuasan pelanggan atas Bengkel Srijaya Mobil. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

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

### **1.3 Pembatasan masalah**

Karena terbatasnya waktu tenaga dan biaya maka penelitian ini hanya terfokus pada jasa perawatan dan perbaikan mobil pada bengkel Srijaya Mobil

### **1.4 Tujuan dan kegunaan penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap terhadap kepuasan pelanggan.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **1.4.2 Kegunaan penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Sebagai masukan bagi pihak bengkel Srijaya Mobil Jakarta, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
2. Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya.
3. Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Bab 1 : Pendahuluan**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

**Bab 2 : Tinjauan Pustaka**

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

**Bab 3 : Metode Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

**Bab 4 : Profile Perusahaan**

Pada bab ini di jelaskan tentang perusahaan tempat penelitian

**Bab 5 : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

**Bab 6 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan