

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia perbisnisan sekarang produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran. (Kotler & Keller, 2009)

Perkembangan dunia usaha semakin pesat dan diwarnai dengan banyaknya persaingan. Persaingan ini menyebabkan para pebisnis dituntut untuk semakin baik kinerjanya dan memiliki produktivitas yang tinggi. Selain itu, perkembangan teknologi yang makin pesat juga membuat pelaku bisnis dituntut untuk semakin kreatif, inovatif dan mampu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler & Keller (2009) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perilaku pembelian.

Menurut Kotler (Lupiyoadi, 2001: 158) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana orang hasil perbandingan atas kinerja produk/ jasa yang diterima dan yang diharapkan. (Kotler & Keller, 2009)

Dalam suatu perusahaan banyak sekali hal yang membuat perusahaan maju pesat salah satunya kepuasan pelanggan artinya dimana konsumen merasakan perasaan rasa senang dan kecewa dalam suatu pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk mengevaluasi spesifik kepada seluruh pelayanan yang diberikan oleh industry jasa dimana kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai pada saat pelanggan berinteraksi langsung menggunakan jasa pada suatu perusahaan. Menurut Kotler kepuasan yaitu suatu perasaan kecewa atau senang yang berasal dari perbandingan antara pelayanan terhadap hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya yang di berikan oleh perusahaan itu sendiri. Jadi apabila hasil kerja yang diharapkan pelanggan lebih kecil dari semestinya maka pelanggan akan merasa tidak puas dengan pelayanan tersebut . Jadi apabila hasil kerja sama dengan harapan serta hasil dari pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dalam pelayanan di perusahaan tersebut. Dimana hasil kerja dan kepuasan melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas dan pelanggan akan kembali serta mengajak orang-orang untuk memakai industry jasa di perusahaan tersebut dan sebaliknya apabila pelanggan tidak merasa puas, selanjutnya pelanggan tidak akan memakai jasa dari perusahaan tersebut. Pelanggan akan pergi untuk mencari perusahaan jasa lain yang bisa memenuhi tingkat kepuasan yang mereka harapkan dan jika mereka tidak puas akan buruk bagi perusahaan dikarenakan pelanggan berpindah.

Kualitas dari pelayanan pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Karena konsumen tidak hanya sekedar membeli produk melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut. Oleh Karena itu, perusahaan perlu focus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan, mampu untuk membantu konsumen dengan cara memberikan pelayan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan

kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan kepercayaan tentang keamanan dan kualitas produk, menerima dan menanggapi keluhan konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembeli serta didukung fasilitas, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi. Jadi pelayanan yang diberikan memberi kepuasan kepada konsumen.

Dealer Prabu Motorindo ialah salah satu tempat jual beli motor second di Kota Prabumulih. Dealer tersebut menambah cabang tepatnya di jalan macan kumbang dan jalan perintis kemerdekaan Palembang. Dealer ini berdiri sejak 2 tahun terakhir ini pada 21 juni 2019. Motor yang dijual disini di ambil dari Bangka dan penjual sesama motor second, dealer yang menjual berbagai macam motor seperti merk Honda dan Yamaha. Motor yang dijual disini kondisi mesin masih baik, body motor yang masih bagus dan surat motor lengkap. Satu tahun terakhir wabah covid-19 masuk ke Indonesia minat para pembeli sangatlah kurang sehingga penjualan dealer prabu motorindo turun drastis dan juga tenaga kerja yang minim sehingga membuat dealer prabu motorindo kebanyakan tutup dan berjualan dionline . Sampai sekarang dealer tersebut masih belum baik, dikarenakan kurangnya tenaga kerja dan masih ada yang belum ahli di bidang tersebut, maka dari itu dealer prabu motorindo menyadari bahwa rasa kepuasan para konsumen banyak yang belum puas dalam pelayanan tersebut. Oleh karena itu sangat penting bagi dealer prabu motorindo saat ini berupaya untuk meningkatkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1

Data penjualan di Dealer Prabu Motorindo
Bulan Januari – Juni 2020

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	30
Februari	18

Maret	9
April	25
Mei	57
Jun	49

Sumber : Data Penjualan Dealer Prabu Motorindo

Berdasarkan table diatas dapat dilihat pada jumlah pelanggan Dealer Prabu Motorindo lumayan banyak, tapi itu belum menjamin pelanggan tersebut bisa merasa puas dalam pelayanan di Dealer Prabu Motorindo.

Dealer Prabu Motorindo juga merasakan naik turunnya dalam dunia bisnis ini seperti kebanyakan dealer lainnya. Konsumen sering membandingkan pelayanan yang diberikan Dealer Prabu Motorindo. Pelanggan akan kembali lagi ke Dealer Prabu Motorindo ketika mereka merasa puas dan konsumen akan menceritakan pengalamannya kepada teman-temannya, sehingga perusahaan akan menambah pelanggan baru bagi Dealer Prabu Motorindo. Ketidakpuasan pelanggan juga menjadi resiko suatu pekerjaan dengan adanya ketidakpuasan pelanggan dalam perusahaan bisa lebih belajar untuk memperbaiki kinerja dari perusahaan tersebut dan dengan adanya keluhan tersebut perusahaan bisa lebih mengenal karakter pelanggan. Mencermati keluhan pelanggan harusnya wajib dilakukan sebuah perusahaan. Adanya hal tersebut, perusahaan akan segera menganalisa hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan perusahaan.

Kekecewaan konsumen tidak semuanya bisa terungkap dengan jelas, ada dibicarakan langsung maupun tidak dibicarakan secara langsung terhadap kinerja suatu perusahaan. Pihak perusahaan harus harus mampu mendeteksi keluhan setiap pelanggan. Pihak perusahaan harus mampu menanggapi keluhan pelanggan, sehingga pelanggan akan merasakan puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam skripsi dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality Studi Kasus : Dealer Prabu Motorindo**”

Dealer ini memiliki rangkaian produk dengan daya saing ygng tinggi di dalam dunia transportasi sepeda motor, seperti berikut:



Gambar 1.1 Produk Dealer Prabu Motorindo

Sumber : Dokumentasi pribadi

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Prabu Motorindo
2. Faktor pelayanan apa saja yang perlu di tingkatkan Dealer Prabu Motorindo untuk meningkatkan kualitas pelayanannya ?

1.3 Batasan Masalah

Agar mempermudah penulis dalam membahas permasalahan yang ada dan supaya penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pembahasan pada :

1. Penelitian dilakukan di Dealer Prabu Motorindo untuk mempermudah pembuatan skripsi
2. Responden merupakan pelanggan atau Konsumen Dealer Prabu Motorindo
3. Data yang didapat adalah data yang diteliti selama penelitian
4. Pembahasan fokus dititik kepuasan pelanggan

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Dealer Prabu Motorindo
- b. Menganalisis perbedaan antara kinerja dan harapan konsumen sesuai dimensi *servqual*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian diharapkan sebagai wahana untuk mempraktekan ilmu yang didapat dan untuk memperluas cakrawala pengetahuan dibidang kepuasan pelanggan.

2. Bagi akademik
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga dapat meningkatkan persepsi serta pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan pada dealer prabumotorindo di Palembang.
 - b. Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan bahwa kinerja merupakan ukuran yang tepat untuk kepuasan konsumen.
3. Bagi perusahaan
 - a. Dalam suatu penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.
 - b. Memberikan kontribusi khususnya perbaikan mutu pelayanan yang diberikan selama ini agar lebih baik dimasa yang akan datang

1.6 Keaslian Penelitian

Peneliti terdahulu yang telah dilakukan tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Dengan Metode Service Quality.

1. Deki Hafrianto, 2015 Universitas Bina Darma Palembang Kepuasan masyarakat penerima beras miskin menggunakan metode *servqual* dan Kano. Berdasarkan penelitian dengan metode *servqual* dan kano diperoleh banyak pelayanan yang masih kurang memuaskan sehingga disarankan untuk selanjutnya kepada pemerintah desa dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara bertahap.
2. Wildan Sulaksana, 2017 Universitas Santa Dharma Yogyakarta, pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen bengkel motor center Yogyakarta, Berdasarkan penelitian menggunakan metode *Servqual*, dimensi *emphaty*, skor terkecil pada pertanyaan “bengkel memberikan pelayanan yang nyaman kepada pelanggan”. Saran dapat diambil yaitu adanya ruang tunggu yang lebih nyaman

untuk pelanggan. Peneliti selanjutnya, diharapkan meneliti pada populasi konsumen lama dan baru yang sudah memanfaatkan pelayanan bengkel.

3. Arpan Efendi, 2019 Universitas Bina Darma penelitian dengan judul Peningkatan Kualitas Layanan Konsumen Dengan Metode *Servqual* dan *Quality Function Deployment*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan konsumen diperoleh nilai *customersatisfaction performance* tertinggi terletak pada karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai *customer satisfaction performance* maka semakin tinggi pula tingkat persepsi konsumen terhadap atribut oleh responden. Semakin tinggi nilai goal maka semakin tinggi pula harapan konsumen terhadap atribut oleh responden .
4. Andi Setiawan, 2016 dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan PAda Pelayanan Ahass Honda Motor Jaya Dengan Metode *Service Quality*” yaitu factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terdiri dari lima dimensi pelayanan yaitu: dimensi berwujud (*Tangible*), Keandalan (*Reability*), Daya Tangkap (*Responsiviness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*). Jika kinerja (hasil) lebih besar dari harapan maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Penelitian selanjutnya memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti kepuasan yang diberikan dalam suatu pelayanan dengan menggunakan metode *Servqual*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya hanya tempat dan waktu penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian selanjutnya yang dilakukan dan disetujui oleh bengkel Ahass Honda Motor Jaya akan membahas kepuasan pelanggan pada pelayanan perusahaan sesuai dimensi metode *Servqual*. Dan hasil

penelitian akan dijadikan masukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar pelayanan di perusahaan tersebut dapat lebih baik lagi.

