

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Bisnis otomotif di Jabodetabek berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pusat-pusat penjualan, baik kendaraan baru maupun bekas, pusat-pusat service baik berupa bengkel umum maupun bengkel resmi (*authorized*).

Persaingan yang semakin ketat ini memang tidak mudah untuk menjadi yang terbaik selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau sehingga memiliki ragam pola pikir yang berbeda pula.

“Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan yang menjalin ikatan yang kuat kepada perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.” Tjiptono (2010:115).

Pengaruh kemajuan ilmu teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat untuk pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha dibidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat baik secara kualitas dan secara kuantitas. Dapat kita lihat hampir di setiap pinggir jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel *service*. Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan bengkel ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara khususnya kendaraan mobil. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus dengan keadaan baik. Untuk menjaga kendaraan agar tetap kondisi baik adalah

dengan cara melakukan perawatan dan *service* secara berkala. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa bengkel perbaikan dan perawatan mobil.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif di Tangerang selatan adalah PT Dwiperkasa Mobiltama (DPM) yang merupakan *Autorized Suzuki Mobil*. PT DPM melayani 3S yaitu *Sales* (penjualan unit baru), *Service* (perawatan kendaraan) dan *Spare part* (penyediaan suku cadang). Perusahaan ini terbagi menjadi dua bagian utama yaitu bagian penjualan dan bagian purna jual. Bagian penjualan melayani konsumen mulai dari pemesanan kendaraan sampai dengan penyerahan kendaraan, sedangkan bagian purna jual melayani konsumen setelah kendaraan diserahterimakan.

Dalam melaksanakan aktifitasnya sebagai *Autorized Suzuki mobil* sejak tahun 2012, penjualan dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Berfluktuasinya penjualan mobil tersebut perlu mendapat perhatian dari pimpinan PT DPM di samping aktifitas servis dan pengadaan suku cadang (*spare part*) sebagai kegiatan layanan purna jual perusahaan. Keberadaan layanan purna jual memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penjualan unit baru. Kemampuan layanan purna jual memuaskan konsumen berbanding lurus terhadap jumlah penjualan unit kendaraan baru. Pencapaian penjualan tahun 2012-2016 menimbulkan pertanyaan apakah layanan purna jual sudah berjalan sebagaimana mestinya. Layanan purna jual meliputi garansi atas produk yang dibeli, jaminan ketersediaan suku cadang dan tersedianya tempat

perawatan dan perbaikan kendaraan. Garansi adalah jaminan yang diberikan produsen atas produknya dari kesalahan kerja atau produksi dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu. Memberikan garansi mesin selama tiga tahun atau 100.000 km untuk suku cadang dan biaya perbaikan, mana yang tercapai lebih dahulu sejak kendaraan diserahterimakan. Sedangkan untuk komponen-komponen lain diatur lebih rinci dalam buku jaminan dan perawatan kendaraan. Selama dalam masa garansi inilah waktu bagi PT DPM untuk membuktikan kepada konsumen tentang komitmen memuaskan pelanggan setelah proses penjualan.

Layanan purna jual bukan hanya sebagai pendukung penjualan unit kendaraan baru tetapi juga merupakan usaha perusahaan untuk mendapatkan pendapatan melalui penjualan berlanjut seperti penjualan suku cadang dan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan. Akan tetapi masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang yang bergerak dibidang sales, service dan suku cadang, yakni masih kurang maksimalnya hasil penanganan perbaikan yang dilakukan karyawan/mekanik, tidak tersedianya ruang tunggu *service* yang nyaman dan yang paling penting lagi tidak tersedianya *smoking area* di Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengarkan suara pelanggan, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan pelanggan dengan maksud

untuk memperoleh umpan balik tanggapan pelanggan tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai control dan ukuran keberhasilan, sukses tidaknya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Pelanggan merupakan darah kehidupan bagi setiap perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan dalam jangka panjang. Menurut Tjiptono (2012:51) mengatakan bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategik.”

Berdasarkan hal diatas, Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang harus melakukan berbagai upaya dalam mengatasi masalah dalam dunia pemasaran saat ini khususnya dibidang otomotif. Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang memiliki peluang dan tantangan dari bengkel resmi lainnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan dari Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan kembali dan menceritakan semua pengalamannya dengan orang lain sehingga jumlah pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang akan terus bertambah. Tetapi jika pelanggan tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pihak bengkel .

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.” (2012:534)

Tabel 1.1
Unit Service Lima Tahun Terakhir

TAHUN	UNIT	REVENUE
2012	2.262	1.197.822.470
2013	3.720	1.601.650.122
2014	4.558	2.406.759.920
2015	4.535	2.590.479.082
2016	4.490	2.883.141.890
	19.565	10.679.853.484

Sumber: Data pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat dari unit yang masuk untuk melakukan service di Bengkel Suzuki Dwipwerkasa Mobiltama Pamulang mengalami kenaikan tiga tahun pertama, dan mengalami penurunan didua tahun terakhir.

Tabel 1.2
Tabel Customer feedback Lima Tahun Terakhir

TAHUN	SP	P	TP	STP
2012	214	1.933	80	35
2013	456	3.172	64	28
2014	759	3.726	58	15
2015	499	3.547	408	81
2016	359	3.468	528	135
	2.287	15.846	1.138	292

Sumber: Data pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang

Keterangan:

SP : Sangat Puas

P : Puas

TP : Tidak Puas

STP : Sangat Tidak Puas

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diukur tingkat kepuasan konsumen dari awal tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami fluktuasi, yakni turunnya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang didua tahun terakhir.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang. Dengan permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul skripsi “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL SUZUKI DWIPERKASA MOBILTAMA PAMULANG.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Masih kurang maksimalnya hasil penanganan perbaikan yang dilakukan karyawan/mekanik Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.
2. Tidak tersedianya ruang tunggu *service* yang nyaman dan bersih.

3. Tidak tersedia *wifi*
4. Tidak tersedianya *smocking area* di Bengkel Suzuki Dwiperkasa Pamulang.
5. Suku cadang kurang lengkap.
6. Fasilitas Perawatan mobil kurang tepat.

C. Batasan Masalah

Dengan keterbatasan peneliti mengenai waktu, biaya dan pengkajian teori serta agar lebih mudah dipahami dan dimengerti maka penulis memberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Variabel-variabel yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.
2. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang yang melakukan *service* enam bulan terakhir.
3. Adapun penelitian yang dilakukan pada periode Mei 2017 sampai dengan November 2017 dengan memberikan kuesioner kepada 100 pelanggan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas, maka untuk mencegah terjadinya kerancuan dalam pembahasan, perlu diberikan perumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.
 - b. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.
 - c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis
 - 1) Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan penulis dalam bidang pemasaran serta membandingkan antara teori yang pernah penulis dapat selama masa perkuliahan dengan

kenyataan yang terjadi di lapangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Bagi Perguruan Tinggi / Akademis

Sebagai masukan bermanfaat bagi semua akademik, khususnya rekan mahasiswa dalam perbendaharaan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran juga diharapkan dapat dijadikan wacana dan pustaka bagi mahasiswa yang memiliki ketertarikan meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pelaksanaan penelitian-penelitian selanjutnya.

3) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

Memberikan manfaat berupa masukan bagi Bengkel Suzuki Dwiperkasa Pamulang dalam bentuk penelitian ilmiah. Sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan kebijaksanaan pihak bengkel terutama yang berhubungan dengan pelayanan dan kinerja karyawan atau mekanik terhadap pelanggan.

F. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terkait. Hubungan antara dua variabel yaitu hubungan satu arah, dimana X mempengaruhi Y. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang kepada konsumen dapat terpenuhi. Di dalam kualitas pelayanan konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel dapat mengimbangi apa yang diinginkan pelanggan. Yang tujuannya adalah demi mempertahankan hubungan bengkel dan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2012:260), “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2010:42), “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.” Jadi kualitas pelayanan yang diberikan bengkel terhadap pelanggan mampu menjawab harapan yang diinginkan pelanggan.

Secara teori, Jaspar (2011:19) mengemukakan “Dalam suatu sistem jasa, penyediaan jasa dan konsumen sebagai jasa harus mempunyai hubungan erat, dimana konsumen merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses

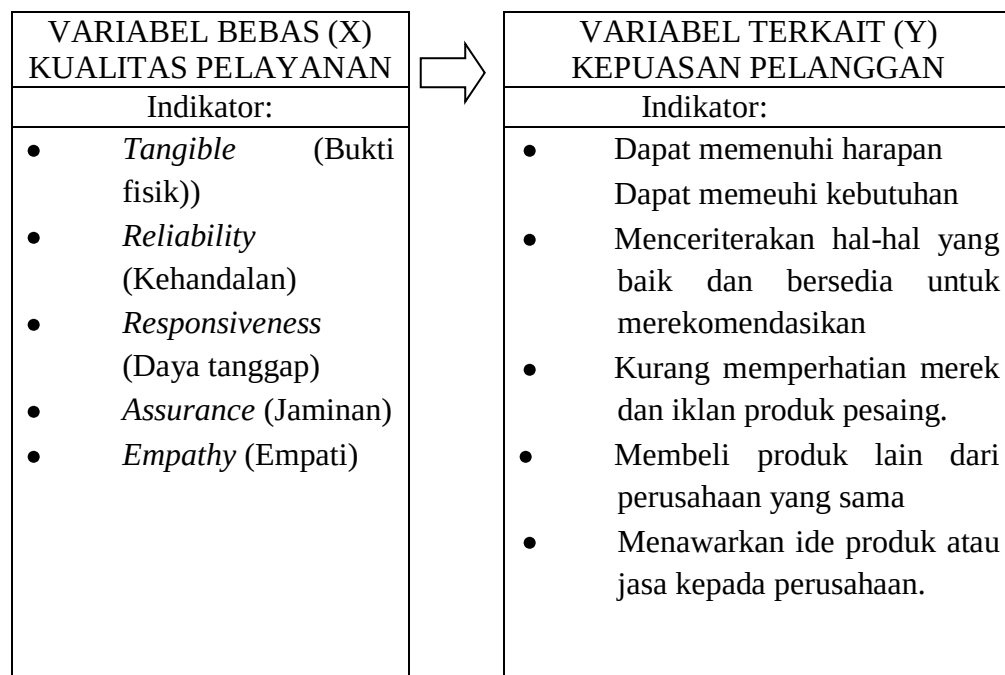
pelayanan”. Dan Tjiptono (2012:125) menyatakan “Dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.”

Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperkuat dengan Jurnal Penelitian Pemasaran karya Mulia Arista Sari data 2011 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus PLN wilayah distribusi UPJ Serang kota berdasarkan penelitian yang dilakukan maka ada temuannya antara lain terbukti bahwa pelayannya yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) APJ Banten Utara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar hasil yang didapat adalah 0,97 kategori kuat. Berdasarkan hasil perhitungan rumus kolerasi *product moment*. Sedangkan berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh sebesar 97,09% pengaruh layanan yang dilakukan PT PLN (Persero). APJ Banten Utara memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar, maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh pelayanan pengguna listrik Prabayar dapat diterima.

Dan juga telah dilakukan Jurnal penelitian oleh Afrinda Khoirista, Edy Yulianto dan M. Kholid Mawardi (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex

Express Surabaya). Analisis koefisien determinasi 0,583 artinya bahwa 58,3% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur oleh penulis. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial (individu) pada variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil signifikan $t(0,000) < \alpha 0,005$. Sedangkan pengaruh variabel *tangible* menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t(0,000) > \alpha 0,05$.

Berdasarkan kajian literatur diatas, maka penulis dapat menyusun kerangka berfikir sebagai berikut:



Sumber: Fandy Tjiptono ((2012:236) Sumber: Kotler dan Keller (2012:138)

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiono (2015:64) adalah “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.”

Hipotesis dalam penelitian ini adalah harapan yang dinyatakan oleh peneliti mengenai hubungan antara variable-variabel di dalam masalah penelitian.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho :Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha :Ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.