

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Belakangan ini terdapat pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan dari penduduk Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari laju pembelian berbagai jenis kendaraan bermotor yang meningkat cukup jauh, terutama untuk kendaraan jenis mobil. Peningkatan yang terjadi ini menimbulkan ide untuk beberapa instansi atau perorangan untuk membuat usaha di bidang jasa pencucian mobil. Usaha di bidang jasa ini dinilai sangatlah menguntungkan karena masyarakat umumnya sekarang ini menginginkan segala sesuatu yang praktis dan instan. Mereka tidak perlu lagi mengalami kerepotan memikirkan bagaimana dan kapan harus mencuci serta berapa lama mencuci mobil terlebih untuk mencuci mobilnya sendiri.

Usaha serupa ini sekarang makin banyak diminati oleh pihak-pihak lain, banyak usaha serupa berdiri dengan menawarkan berbagai *service* pelayanan yang berbeda-beda dan pengembangan yang berbeda-beda dari segi pemasarannya. Banyak usaha serupa yang berkembang pesat atau bahkan justru jatuh dan mengalami kebangkrutan. Yang jelas dengan banyaknya peminat dari jenis usaha ini maka dapat kita lihat bahwa persaingan menjadi sangat ketat. Melihat hal tersebut maka jika ingin bertahan di bisnis ini maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memperoleh banyak pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kegiatan pemasaran menjadi sangat penting sekarang ini karena dengan melakukan strategi pemasaran dapat diketahui kebutuhan konsumen, persepsi konsumen terhadap perusahaan, dan harapan konsumen terhadap performansi perusahaan. Untuk melakukan strategi

pemasaran yang tepat perlu dilihat dengan baik dari bauran pemasarannya. Adapun untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa kita perlu melihat bauran pemasaran tersebut dari 7 variabel yang dikenal dengan 7 P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, People, dan Process*.

Car Wash Hard Shine berdiri pada 31 Mei 2009, Hard Shine adalah sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang perawatan mobil. Khususnya cuci mobil, yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta 178 Bandung. Hard Shine didirikan pada lahan seluas 700m². Hard Shine memprioritaskan secara detail dalam proses kerjanya, yang bertujuan untuk memberikan hasil terbaik kepada konsumennya, untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan maka perusahaan ingin melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mana sajakah yang paling berpengaruh dalam keputusan berkunjung di *Car Wash Hard Shine*. Dengan demikian diharapkan perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif terhadap faktor-faktor yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Dari sebuah permasalahan diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor - faktor bauran pemasaran jasa terhadap keputusan berkunjung di *Car Wash Hard Shine* Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Konsep pemasaran menekankan bahwa kegiatan pemasaran dalam sebuah perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal, dan merumuskan keinginan akan kebutuhan pemakai jasa. Selanjutnya perusahaan harus merumuskan, dan meyusun kombinasi dari kebijakan produk, tempat, harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses atau biasa disebut dengan Bauran

Pemasaran Jasa yang tepat agar kebutuhan pemakai jasa dapat dipenuhi sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Bagaimana bauran pemasaran jasa yang telah dilakukan di Hard Shine Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran jasa yang diberikan Hard Shine Bandung.
3. Bagaimana variabel bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Hard Shine Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat penulis dalam menempuh ujian Tingkat Strata 1 (S1) dalam bidang Ilmu Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung.
2. Untuk menambah pengetahuan penulis tentang pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan berkunjung di Car Wash Hard Shine Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran jasa yang dilaksanakan Hard Shine Bandung dalam mempengaruhi keputusan penggunaan jasa
2. Untuk mengetahui tanggapan pengguna jasa terhadap bauran pemasaran yang diberikan Hard Shine Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pengguna jasa dalam berkunjung di Car Wash Hard Shine Bandung.

Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini untuk menambah pengetahuan, dan pengalaman yang berhubungan dengan kuliah Manajemen Pemasaran sehingga dengan penelitian ini pihak penulis, dan pembaca dapat memahami pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan berkunjung di Car Wash Hard Shine Bandung.

2. Bagi Penulis

Untuk mengetahui penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah – masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan – kebijakan untuk menarik lebih banyak konsumen, dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa kepada pelanggan serta untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi kelemahan perusahaan tersebut.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya dan menindak lanjuti penelitian baru.