

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan mengikuti perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan mobilitas dari tempat satu ke tempat yang lain semakin meningkat, sehingga secara otomatis akan meningkatkan kebutuhan alat transportasi. Hal ini merupakan peluang bagi para pelaku bisnis di bidang transportasi terutama sepeda motor. Para produsen sepeda motor mencoba menawarkan produknya sesuai dengan selera konsumen, sehingga diharapkan akan tercipta permintaan yang pada akhirnya menciptakan kepuasan. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran yaitu pelayanan, pelayanan yang baik sangat diperlukan oleh konsumen untuk menjaga keyakinan konsumen pada perusahaan. Konsumen sangat kritis atas barang yang telah dibeli dari perusahaan yang sekarang menjadi miliknya, dengan memberikan komentar-komentar terhadap barang yang dibelinya dan pelayanan yang ia dapatkan. Konsumen selalu berharap dalam pembelian barangnya, konsumen mendapatkan barang yang berkualitas dan memperoleh pelayanan yang sangat baik, pada keadaan tersebut apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen maka terjadi kepuasan yang dimiliki konsumen.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti itu memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 2006).

Pertumbuhan akan alat transportasi sepeda motor meningkat luar biasa. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Honda yang sudah lama berada di Indonesia dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit dan ekonomis. Menjawab tantangan tersebut, organisasi yang berada di balik kesuksesan sepeda motor Honda di Indonesia terus memperkuat diri. Keunggulan teknologi Honda Motor diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin “bandel” dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis, maka tidak heran jika harga jual kembali sepeda motor Honda tetap tinggi. PT. Astra Honda Motor juga mampu memfasilitasi pembelian dan memberikan pelayanan jasa sedemikian rupa sehingga brand Honda semakin unggul (sumber:<http://wartawarga.gunadarma.ac.id>).

Atas latar belakang tersebut maka penulis tertarik membuat penelitian yang berjudul

“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA DEALER HONDA PT. GELORA FAJAR PERKASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas peneliti bermaksud meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari pelayanan dealer Honda sehingga pertanyaan penelitian berdasarkan variabel yang diajukan adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dealer Honda PT. Gelora Fajar Perkasa terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Pengaruh kualitas pelayanan dealer Honda PT Gelora Fajar Perkasa terhadap kepuasan konsumen
2. Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya:

1. Pihak Perusahaan

Diharapkan agar perusahaan dapat mengatasi masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan jasa yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan diharapkan agar perusahaan dapat menerapkan metode yang ditawarkan, untuk dapat mempertahankan dan memperbanyak pelanggannya.

2. Pihak Akademik

Bagi para Akademisi diharapkan dapat menambah pengetahuan, baik dalam pembahasan kualitas suatu pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen. Atau bahkan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang dilakukan berikutnya.