

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dengan semakin berkembangnya perekonomian yang ditandai dengan adanya era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat memungkinkan tersedianya sarana bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan akan barang dan jasa menjadi lebih mudah. Situasi tersebut akan menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang menghasilkan produk maupun jasa.

Dalam era globalisasi saat ini dunia bisnis telah dipenuhi oleh banyak perusahaan yang jenisnya juga bermacam-macam. Untuk dapat bertahan hidup (survive) secara terus-menerus, maka sebuah perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain. Untuk dapat melakukan suatu persaingan, sebuah perusahaan harus dapat menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan perusahaan lain. Keunggulan perusahaan dapat dilihat dari tercapainya cara kerja yang baik, yaitu perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien sehingga dapat menghemat biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan tanpa mengurangi kualitas produk atau jasanya sehingga harga produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dapat bersaing dengan harga produk atau jasa lain. Hal ini menyebabkan tujuan perusahaan secara ideal dapat terealisasi dalam memperoleh laba dengan lebih besar.

Dengan kondisi tersebut, maka perusahaan tidak dapat tinggal diam begitu saja menunggu pelanggan. Hal itu disebabkan oleh sikap pelanggan yang selalu mencari yang terbaik untuk produk atau jasa yang dibutuhkannya. Nampaknya

perusahaan tidak hanya berusaha memperoleh banyak pelanggan saja tetapi kita juga harus mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi pelanggan yang setia dengan jalan meningkatkan kualitas pelayanan diberbagai hal. Dengan begitu, perusahaan akan memperoleh laba dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang perusahaan sudah dapat memperkirakan laba yang akan di dapat dari pemakaian produk atau jasa oleh pelanggan di masa yang akan datang. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas yang terbaik pada produk maupun jasa yang ditawarkannya kepada pelanggan.

Hal tersebut berlaku juga bagi perusahaan yang bergerak di bidang transportasi dalam hal ini penjualan sepeda motor yaitu Sinar Jaya Motor selaku dealer resmi sepeda motor Yamaha. Perusahaan yang bergerak di bidang ini harus benar-benar memperhatikan kualitas dari pelayanan yang ditawarkannya kepada pelanggan. Alasannya kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan itu sangat mempengaruhi citra perusahaan di mata pelanggan. Pelaksanaan kualitas pelayanan yang dilakukan secara menyeluruh sangat penting mengingat pelanggan yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut dapat memberikan informasi yang baik tentang perusahaan kepada pelanggan yang lainnya. Tentu saja hal itu akan menguntungkan bagi perusahaan.

Dalam kaitannya dengan hal ini, Sinar Jaya Motor yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor merasa perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikannya kepada konsumen. Hal itu dilakukan mengingat persaingan yang ketat di bidang ini yang ditekuni oleh Sinar Jaya Motor selaku salah satu pemain di dalam bidang penjualan sepeda motor di daerah Sukabumi. Melihat pentingnya

kualitas pelayanan terhadap pelanggan, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA DEALER RESMI YAMAHA SINAR JAYA MOTOR DI PELABUHAN RATU - SUKABUMI.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah di uraikan mengenai masalah kualitas pelayanan yang dihadapi oleh Sinar Jaya Motor selaku salah satu dealer sepeda motor Yamaha di Sukabumi, maka penulis memberi patokan permasalahan yang akan di identifikasikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana cara pelaksanaan peningkatan kualitas yang dilakukan oleh Dealer Sinar Jaya Motor ?
2. Apakah ada hubungan dan berapa besar hubungan antara peningkatan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan ?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas akhir dalam hal ini skripsi.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara pelaksanaan peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Dealer Resmi Yamaha Sinar Jaya Motor.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui adakah hubungan dan berapa besar hubungan antara peningkatan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup berarti sehingga dapat bermanfaat bagi:

- *Bagi penulis*

Menambah pengetahuan untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang diperoleh pelanggan. Dan menambah wawasan studi perbandingan selama kuliah, khususnya manajemen pemasaran pada yang sebenarnya terjadi.

- *Bagi perusahaan*

Sebagai bahan pertimbangan suatu analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggannya. Juga sebagai sumbangan pemikiran yang diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pimpinan perusahaan untuk mengambil langkah-langkah yang perlu demi kemajuan perusahaan.

- *Bagi pihak lain yang bersangkutan*

Sebagai bahan masukan dan informasi yang dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan pengetahuan mengenai perilaku konsumen. Serta sebagai bahan pembandingan mengenai analisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 1.5 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Sekarang ini pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan menilai jelek.

Kualitas pelayanan yang tersedia perlu didukung oleh suatu dimensi yang dapat dijadikan sebagai pegangan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan yang berbeda – beda. menurut **Zeithaml, Parasuraman, dan Berry** ( 1990 ), ada lima dimensi yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu :

1. **Tangible**, yaitu Fasilitas fisik, peralatan, penampilan pegawai personil dan materi komunikasi. Pelayanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan

tidak bisa diraba, maka aspek tangible dijadikan sebagai ukuran terhadap kualitas pelayanan..

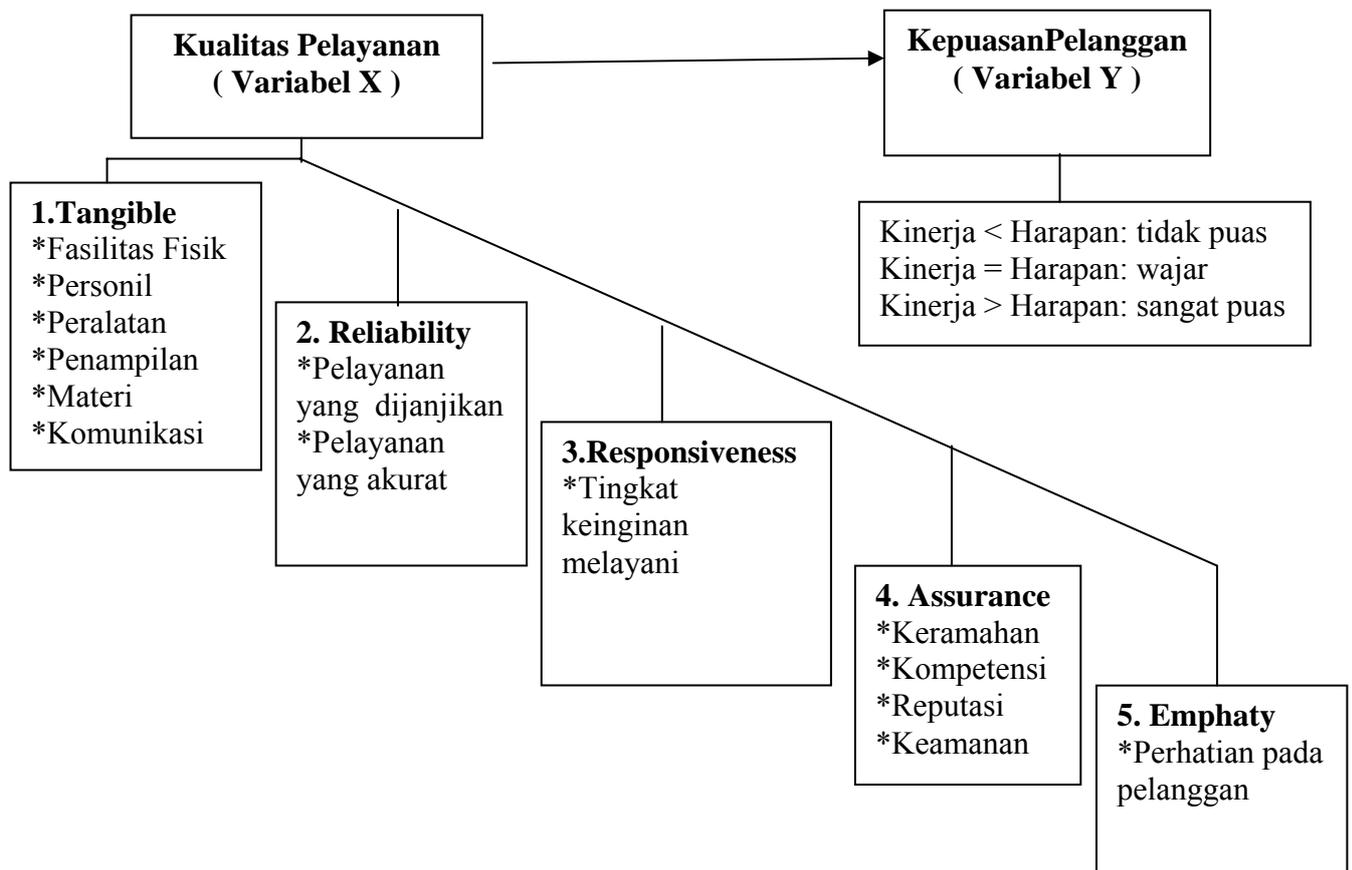
2. **Reliability**, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dimensi ini sering kali dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Dalam teori ServQual yang dikembangkan oleh **Zeithaml, Parasuraman, dan Berry** ( 1990 ) terdapat dua aspek yang penting. Aspek pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan, dan aspek kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.
3. **Responsiveness**, yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin. Dimensi ini merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis dan penilaian kepuasan terhadap dimensi ini berdasarkan persepsi pelanggan dan bukan aktualnya.
4. **Assurance**, yaitu pengetahuan dan kesopan santunan para pegawai perusahaan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dalam dimensi ini terdapat empat aspek yang penting yang dikutip dari **Handy Irawan D.,MBA.Mcom** ( 2002 ), yaitu :
  - a. **Keramahan** : Salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur dan sebagai suatu program kepuasan yang paling murah.

- b. **Kompetensi** : Salah satu aspek kualitas pelayanan yang perlu dikembangkan guna mencapai nilai lebih dari pesaing.
  - c. **Reputasi** : Salah satu aspek kualitas pelayanan yang dapat memberikan suatu kepercayaan dari pelanggan karena dengan menjaga aspek ini pelanggan merasa terjamin dari segala resiko yang ada.
  - d. **Keamanan** : Aspek kualitas pelayanan yang dapat memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi.
5. **Empathy**, yaitu : perhatian yang tulus yang diberikan kepada pelanggan. Dimensi ini memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat surprise yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh penyedia jasa.

Selanjutnya, bila kelima dimensi dapat dilaksanakan dengan baik, maka dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan perusahaan sudah baik. Kinerja pelayanan ini kita kaitkan dengan harapan (*expectation*) dan kepuasan (*satisfaction*) maka dapat digambarkan sebagai berikut: bila kinerja layanan menunjukkan keadaan dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan. Bila kinerja layanan menunjukkan sama atau sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap biasa atau wajar-wajar saja. Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan karena pelayanan yang diberikan pada tahap yang optimal.

Harus selalu diingat, kesuksesan pelayanan pihak lain belum tentu bisa diterapkan dalam perusahaan kita. Kesuksesan pelayanan hari ini belum tentu berhasil digunakan untuk hari esok. Selalu ada perubahan, kehendak pelanggan seringkali berubah, dan itulah yang menyebabkan pelayanan dari waktu ke waktu akan selalu berubah.

Gambar 1.1 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang menjadi kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



**Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran**

**Hipotesis** : Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dapat dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut: “ Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.”

## **I.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian survei yang hasilnya akan diuraikan secara deskriptif analisis. Metode ini merupakan metode penelitian yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual mengenai fakta-fakta dan korelasi antar variabel yang diteliti, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan tentang peranan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sinar Jaya Motor.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari penelitian lapangan (*field research*) diperusahaan dengan observasi langsung dengan pihak perusahaan, selain itu diperoleh juga melalui data-data tertulis perusahaan dalam bentuk laporan-laporan dalam bentuk kualitatif maupun data kuantitatif.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library research*), seperti buku-buku referensi, majalah dan informasi-informasi yang diperoleh selama penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

A. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara mengadakan penelitian secara langsung ke tempat dimana objek penelitian berada, sehingga didapatkan data primer yang dapat diyakini kebenarannya. Untuk mendapatkan data atau informasi tersebut, penulis menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data, yaitu:

1) Wawancara

Menurut **Bilson Simamora** dalam buku berjudul : “Riset Pemasaran” ( 2004, 102 ), wawancara adalah : “ **Cara langsung yang tidak terstruktur untuk memperoleh informasi tentang objek penelitian yang akan dibahas**”.

Sedangkan menurut **Masri Singarimbun** dalam buku berjudul : “ Metode Penelitian Survei ” ( 1989,192 ), wawancara adalah : “ **Suatu proses interaksi dan komunikasi untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden** ”

Jadi dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah suatu cara untuk mendapatkan data dan informasi dengan jalan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan responden yang bersangkutan dengan objek penelitian yang akan dibahas.

## 2) Pengamatan

Menurut **Bilson Simamora** dalam buku berjudul : “Riset Pemasaran” ( 2004, 117 ), pengamatan adalah : “ **Pengumpulan data primer dengan cara mengamati orang – orang, tindakan – tindakan, ataupun situasi – situasi secara sistematis untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang diteliti ”.**

## 3) Kuesioner

Menurut **Bilson Simamora** dalam buku berjudul : “Riset Pemasaran” ( 2004, 117 ), kuesioner adalah : “ **Sejumlah pertanyaan formal secara tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden”.**

Sementara menurut **Masri Singarimbun** dan **Sofian Effendi** dalam buku berjudul : “ Metode Penelitian Survei ” ( 1989,192 ), kuesioner adalah : “ **Suatu alat yang dipakai untuk pengumpulan data yang hasilnya terjelma dalam angka – angka, tabel – tabel, analisa statistik dan uraian hasil penelitian ”.**

## B. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Melakukan pengumpulan data dengan cara studi literatur yang dilakukan di dalam perpustakaan dengan membaca buku-buku, mengumpulkan dan mempelajari referensi yang berhubungan dengan topik pembahasan. Riset kepustakaan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akan menjadi landasan penelitian.

Metode yang digunakan dalam menganalisis data :

- **Analisis Kualitatif**

Metode yang melakukan perbandingan terhadap teori – teori yang diperoleh dengan data – data yang diperoleh dari hasil penelitian.

- **Analisis Kuantitatif**

Metode yang menggunakan rumus – rumus statistik dengan menggunakan koefisien korelasi rank spearman sebagai acuan untuk memperoleh kesimpulan berdasarkan data – data yang ada.

## **1.7 Lokasi Tempat Penelitian**

Dealer Sinar Jaya Motor berlokasi di jalan Siliwangi no. 148 Pelabuhan – Ratu Sukabumi.

## **1.8 Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan skripsi ini ada 5 bab yang akan ditulis dan dibahas. Kelima bab tersebut meliputi Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Objek & Metodologi Penelitian, Pembahasan pengolahan data & analisis, dan Kesimpulan & Saran.

### **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang akan dibahas, identifikasi masalah yang ditemui, maksud dan tujuan penelitian, kerangka pemikiran, dan cara metodologi yang digunakan.

**Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Berisi tinjauan – tinjauan pustaka yang dikumpulkan dan dirangkum menjadi satu bab yang digunakan untuk membahas topik masalah yang diteliti oleh penulis.

**Bab 3 Objek & Metodologi Penelitian**

Dalam Bab ini terdapat tahapan – tahapan rinci mengenai penelitian hingga tercapainya tujuan dilakukannya penelitian ini.

**Bab 4 Hasil Penelitian & Pembahasan**

Bab ini membahas tentang cara mengolah data dan analisis data yang telah dilakukan serta membandingkan dengan teori – teori yang ada. Analisis yang diperoleh dapat menentukan hasil.

**Bab 5 Kesimpulan & Saran**

Bab ini berisi tentang hasil yang telah disimpulkan, dan saran – saran bagi perusahaan atas masalah yang telah dibahas oleh penulis.