

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Kualitas Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke jasa layanan lain. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *realibility* (keandalan) meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang

terbaik, *responsiveness* (daya tanggap) kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, *empathy* (empati) meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada pelanggan, *assurance* (jaminan) sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, *tangible* (bukti fisik) meliputi penampilan gedung, interior bangunan dan penampilan karyawan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dapat menguntungkan perusahaan. Lebih khususnya lagi kepuasan pelanggan diukur berdasarkan: Manajemen ekspektasi pelanggan, Relationship marketing, Aftermarketing, Strategi retensi pelanggan, Superior customer service, Teknologi infusion strategy, Strategi penanganan complain secara efektif, dan Strategi pemulihan layanan.

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah satu masalah utama lembaga jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu, semua perusahaan dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggannya meningkat.

PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo adalah perusahaan Dealer yang bergerak dibidang jasa (Pemeliharaan) dan perdagangan (Penjualan dan suku Cadang), perusahaan ini merupakan perusahaan induk motor Honda yang menjual berbagai macam model motor Honda seperti Revo, Beat, Vario, Tiger dan lain-lain, dalam jangka waktu 1 (satu) bulan perusahaan ini mendapatkan pembeli maupun pengkredit motor 150 keatas. Namun pada 6 (enam) bulan terakhir pembelian motor secara tunai maupun kredit mengalami penurunan, Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah tidak maksimal sehingga banyak konsumen yang beralih keperusahaan lain. Dalam menghadapi berbagai macam Dealer yang ada dikota Gorontalo PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo berusaha meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan namun hasilnya belum maksimal. Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada pelanggan, diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas yang diuraikan, yang menjadi identifikasi masalah adalah :

1. Konsumen sangat respek terhadap kualitas pelayanan
2. Perusahaan pada bidang yang sama semakin bersaing
3. Perusahaan berusaha mendapatkan pelanggan yang sebanyak mungkin

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka peneliti dapat merumuskan masalah yaitu seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa lebih memuaskan konsumen serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa sekarang dan dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.