

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya perekonomian di seluruh dunia seperti sekarang ini, makin bertambah pula kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kepentingan pribadi maupun sosial sebagai masyarakat. Banyaknya produk ataupun jasa yang di tawarkan di pasar, menjadikan ketatnya persaingan antar perusahaan-perusahaan dalam menghadapi kondisi tersebut. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan berbagai inovasi untuk bisa bertahan di pasar. Hal ini dilakukan mengingat para masyarakat ataupun calon konsumen yang akan menjadi target pasar sebagian besar sudah memiliki pengetahuan dalam hal memilih atau mengklasifikasi produk mana yang memang terbaik untuk di konsumsi atau dipakai.

Masyarakat dapat memperoleh informasi dengan sangat mudah melalui kecanggihan teknologi yang makin berkembang, baik itu informasi mengenai produk maupun jasa yang mereka butuhkan. Hal ini tentunya akan menimbulkan persaingan antar perusahaan untuk bisa memperoleh pelanggan dengan keunggulan masing-masing dari perusahaan tersebut.

Pelayanan yang baik memungkinkan konsumen akan merasa puas dan akan menciptakan suatu keinginan untuk membeli ulang ataupun menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Hal ini dapat menciptakan kesan pertama untuk konsumen sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi pelanggan di perusahaan tersebut.

Menurut Schnoor, dalam Tjiptono, (2002), pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Konsumen dalam hal ini akan mampu memberikan penilaian pada perusahaan yang pernah dia kunjungi untuk melakukan pembelian ataupun hanya sekedar berkunjung. Apabila konsumen mendapatkan pelayanan sesuai dengan apa yang di harapkan, maka konsumen tersebut akan membandingkan pelayanan yang dia dapatkan dari perusahaan lain.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen tentunya memiliki waktu yang cukup dalam memahami berbagai kebutuhan

pelanggan sehingga kepuasan tersebut akan menciptakan kesetiaan / loyalitas konsumen.

Persaingan antar perusahaan sepeda motor dewasa ini sangat terlihat dengan banyaknya produk sepeda motor yang diminati oleh sebagian masyarakat. Hal ini tentunya didukung oleh usaha perbengkelan yang diperlukan untuk perbaikan ataupun perawatan sepeda motor. Kenyamanan dalam berkendara sangat didambakan oleh setiap pengendara. Hal ini harus didukung perawatan dan perbaikan sepeda motor itu sendiri. Oleh karena itu, usaha perbengkelan sangatlah diperlukan bagi setiap pengendara sepeda motor. Bengkel Fortuner motor adalah salah satu usaha perbengkelan yang melayani perbaikan dan penjualan suku cadang sepeda motor. Berhubung lokasi bengkel ini berada di Jl HB Jasin (ex Agussalim), maka pimpinan perusahaan harus lebih memperhatikan pelayanan yang baik untuk mempertahankan pelanggan karena terdapat banyak usaha bengkel di sepanjang jalan tersebut.

Banyaknya usaha perbengkelan belum bisa memberikan jaminan bagi pengendara untuk mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan konsumen. Para konsumen akan memilih tempat yang menurut mereka dapat memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan sesuai dengan harapan mereka. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan yang kurang memuaskan adalah salah satu keluhan para konsumen. Hal ini diakibatkan karena banyaknya pegawai yang bekerja di Bengkel Fortuner Motor ini masih belum mengerti bagaimana menghadapi karakter dari para konsumen yang berbeda-beda, sehingga para konsumen merasa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. Keluhan lain yang timbul yaitu pelayanan dalam hal perbaikan motor masih memerlukan waktu yang lama. Hal ini harus ditanggapi dan diatasi oleh pimpinan perusahaan untuk mencegah timbulnya rasa bosan dari para konsumen.

Masih adanya masalah dalam hal perbaikan motor merupakan keluhan terakhir yang timbul akibat dari pelayanan belum cukup baik. Bagi konsumen yang baru pertama kali menggunakan jasa di Bengkel Fortuner Motor ini tentunya akan menimbulkan kesan yang buruk apabila pelayanan yang dirasakan kurang memuaskan. Masih adanya masalah dalam hal perbaikan motor merupakan masalah yang sering terjadi, ini dikarenakan para karyawan kurang memahami hal-hal yang diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, para karyawan harus benar-benar mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga bisa memberikan pelayanan yang baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Fortuner Motor Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang terjadi di Bengkel Fortuner Motor, yaitu :

- a) Pelayanan yang diberikan bengkel Fortuner Motor kurang memuaskan dan memerlukan waktu yang cukup lama.
- b) Masih adanya masalah dalam hal perbaikan sepeda motor.

1.3 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah terdapat beberapa keluhan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan yang harus ditanggapi oleh pihak perusahaan. Dengan meminimalisir hal-hal tersebut maka perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Fortuner Motor Gorontalo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui masalah-masalah yang akan menjadi dasar penelitian ini, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada bengkel Fortuner Motor Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan ilmu pengetahuan terutama manajemen pemasaran.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Teori yang didapatkan dari bangku kuliah dapat diterapkan di luar kampus melalui penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengembangkan keterampilan karyawan dalam hal melayani para konsumen dan pelanggan demi kelangsungan hidup perusahaan.