

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia otomotif sudah semakin pesat, para produsen dituntut tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga kualitas pelayanan jasa untuk bisa tampil sebagai pemenang dalam persaingan pasar. Dimana produk-produk sejenis sudah semakin tipis perbedaannya dalam hal kualitas, maka yang menjadi kunci utama untuk menjadi pemenang dalam persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para Konsmen.

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas konsmen merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Baik tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan jasa yang memuaskan kepada para pelangganya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas, perhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari konsumennya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan dan akan loyal terhadap

produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh. Untuk dapat menjadikan konsumen loyal terhadap barang dan jasa, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain.

Begitu juga dengan loyalitas konsumen, loyalitas pelanggan merupakan salah satu tolak ukur baiknya kualitas pelayanan. Loyalitas pelanggan menjadi faktor utama dalam penelitian ini. Untuk menjadikan konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Dalam suatu perusahaan untuk menjadikan pelanggan menjadi loyal yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas dengan apa yang di berikan hingga menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal maka pelanggan akan merasa tidak puas bahkan tidak akan menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Saat ini persaingan di dunia bisnis otomotif makin sangat pesat, terkhusus dalam dunia bisnis penjualan onderdil motor. Dimana sudah banyak perusahaan yang bersaing dalam pasar persaingan tersebut. Di Gorontalo sendiri sudah banyak perusahaan yang bersaing dalam penjualan aksesoris motor atau onderdil yaitu ALFA Motor, RC Motor, DELTA Motor, SENTRAL Motor, GAJAH MADA Motor, Fortuner Motor dan lainnya yang dalam hal ini mempunyai keunggulan tersendiri dalam menarik Konsumen. Setiap perusahaan mempunyai cara tersendiri dalam menarik konsumen menjadi Loyal kepada perusahaan yang

berbeda beda kepada konsumen sehingga dapat menarik konsumen untuk dapat membeli barang aksesoris motor di bengkel tersebut.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di salah satu bengkel Fortuner yang merupakan salah satu bengkel onderdil yang berada di Gorontalo, dimana letaknya yang berada di Jl. HB Jassin ex Agusalm. Di bengkel fortuner ini banyak menjual berbagai macam onderdil dan aksesoris otomotif khususnya sepeda motor. Tempat ini banyak di kunjungi berbagai macam kalangan khususnya pengguna sepeda motor, karena disini banyak menjual aksesoris atau onderdil semua jenis motor dan disini juga dilengkapi dengan pelayanan services motor sehingga banyak konsumen yang datang untuk melaukan services motor di tempat tersebut. Selain itu tempatnya juga sangat strategis untuk dikunjungi oleh konsumen karena tempatnya terletak di pertengahan kota sehingga konsumen banyak mengunjungi tempat tersebut karena mudah ditemukan. Tetapi ada saja masalah yang sering terjadi yang pernah dialami oleh konsumen yang pernah mengunjungi tempat ini, yang kadang membuat konsumen kurang merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh karyawan di tempat ini, hal inilah yang mempengaruhi loyal tidaknya konsumen dalam melakukan pembelian kembali.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”. Loyalitas menurut Tjiptono (2011:481) “perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satunya merk yang tersedia, merk termurah

dan sebagainya). Menurut Hasan (2008:83) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang hanya tidak membeli ulang suatu barang dan jasa misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas menurut Griffin (2010:04), adalah seorang konsumen dikatakan setia atau apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Menurut Supriyatmini (2005:41) loyalitas merupakan kesetiaan customer terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya.

Dari penjelasan di atas maka konsumen sangat loyal terhadap Fortuner Motor sehingga peneliti dapat memberikan solusi dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen. Menurut Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai "kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan". Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Menurut Hardiyansyah (2011:40) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut. Menurut Tjiptono (2005:121) yang mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspresi pelanggan.

Mengenai penjelasan di atas ada saja masalah yang akan terjadi di setiap perusahaan salah satunya masalah pada Fortuner Motor karena pelanggan sangat loyal terhadap onderdil yang dijual di Fortuner Motor Gorontalo meskipun

pelayanannya kurang memuaskan untuk pelanggan yang berkunjung, terkadang pelayanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan seperti contohnya dalam memesan peralatan motor yang diinginkan, terkadang karyawan yang melayani pelanggan tersebut kurang merespon apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut yang membuat para pelanggan merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu terkadang juga para pelanggan harus melakukan antrian yang cukup lama dikarenakan banyaknya pelanggan lain yang membeli di tempat tersebut, dikarenakan kurangnya respon dari karyawan yang melayani pelanggan dan tempat pengantrianya juga tidak difasilitasi dengan fasilitas yang lengkap. Selain itu juga barang yang diproduksi terkadang tidak semuanya lengkap dan harus menunggu perusahaan memesan kembali barang yang diproduksi.

BULAN	JUMLAH PENJUALAN
Januari	2,250 produk
Februari	2,250 produk
Maret	2,000 produk
April	2,100 produk
Mei	2,250 produk
Juni	2,250 produk
JUMLAH	24,100 produk

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil observasi mengenai loyalitas pelanggan pada bengkel fortunier motor gorontalo menunjukkan bahwa dari bulan

januari hingga juni 2019 mengalami perubahan naik turun yang signifikan. Hal itu dikarenakan dalam 6 bulan terakhir onderdil motor yang terjual di bengkel Fortuner Motor Gorontalo sekitar 24,100 onderdil motor. Hal ini ditunjukkan pada tahun 2019 dari bulan Januari sampai Juni, volume penjualan mengalami naik turun. Inilah yang menjadi fenomena yang nantinya akan dijadikan penelitian oleh peneliti.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dengan memformulasikan dalam sebuah judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fortuner Motor Gorontalo”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah yaitu :

1. Pelayanan yang kurang optimal, seperti dalam memesan peralatan motor yang diinginkan, terkadang karyawan yang melayani pelanggan tersebut kurang merespon apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut yang membuat para pelanggan merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
2. Stok barang yang terbatas seperti barang yang di produksi terkadang tidak semuanya lengkap dan harus menunggu perusahaan memesan kembali barang yang di produksi.
3. Fasilitas yang kurang lengkap seperti dalam melakukan pembelian terkadang pelanggan harus menunggu lama dikarenakan belum tersedia ruang tunggu atau tempat pengantrianya juga tidak di fasilitasi dengan fasilitas yang lengkap.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini dengan judul apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di bengkel fortunier motor Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut : untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Fortunier Motor Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan : sebagai tambahan reverensi perusahaan Fortunier Motor Gorontalo
- b. Bagi penulis : dari hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan penulis

2. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam memperhatikan kualitas pelayanan pada Fortunier Motor Gorontalo.