

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini telah memberikan berbagai tantangan bagi setiap perusahaan, karena di Era globalisasi ini berbagai jenis jasa membanjiri pasar Indonesia. kebutuhan akan alat transportasi semakin meningkat sesuai dengan perkembangan penduduk dan pesatnya pembangunan di berbagai sektor kehidupan. Maka dari itu semakin banyak aktivitas manusia semakin kompleks dan untuk mendukung aktifitas tersebut di butuhkan alat transportasi. Kondisi tersebut memicu terjadinya kompetisi di berbagai bidang aspek kehidupan sering terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kepuasan yang diterimanya. oleh karena itu, setiap perusahaan harus selalu melakukan evaluasi apakah kualitas pelayanan yang ditawarkannya telah sesuai dengan harapan konsumen atau belum.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Sebuah riset tahun 2004 yang dilakukan oleh *J.D. Power*, perusahaan spesialis pengukur kepuasan konsumen dalam industri otomotif, membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan konsumen dalam jangka waktu lima tahun (1999-2004) mengalami

kenaikan nilai bagi pemegang sahamnya sebesar +52%. Sebaliknya, perusahaan yang mengalami penurunan nilai kepuasan konsumen, pemegang sahamnya juga mengalami penurunan nilai sebesar -28%. Riset *Claes Fornell* juga membuktikan, di masa krisis 2008, saham perusahaan dengan Indeks Kepuasan Konsumen Amerika (*American Customer Satisfaction Index/ACSI*) yang baik, hanya menurun -33%, sedangkan perusahaan dengan indeks yang buruk menurun -55%. Jadi, kepuasan konsumen bukan saja berharga di masa ekonomi baik, tetapi juga di saat ekonomi buruk.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat kepuasan konsumen (Mardikawati dan Farida, 2015). Suatu layanan tidak dapat memuaskan konsumennya ketika kualitas yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga munculnya kesenjangan kualitas jasa yang dihasilkan. Kekurangan pada pelayanan yang diterima pelanggan akan mempunyai pengaruh kuat terhadap keuntungan perusahaan meliputi skala produksi, pangsa pasar,

biaya per unit, dan banyak faktor lain yang berhubungan dengan keunggulan kompetitif.

Persoalan kualitas kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap *survive* dalam bisnisnya, kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh factor kualitas jasa. Dimana kualitas suatu produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan cirri-ciri dan karateristik-karateristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pelanggan yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

Di Kabupaten gorontalo, Desa Isimu PT. Hasrat Abadi selalu berusaha untuk melayani konsumen dengan baik dalam segala kebutuhan dengan harapan konsumen yang memperoleh pelayanan yang memuaskan. Namun, berdasarkan hasil observasi di PT. Hasrat Abadi cab.isimu masih kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menyadari arti pentingnya kepuasan pelanggan, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Hasjrat abadi Cab. isimu yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan kendaraan sepeda motor merek Yamaha, dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya maka perusahaan perlu memperhatikan masalah kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi Cab. Isimu.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan sepeda motor, maka salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah mengenai pemberian pelayanan, hal ini menyangkut dengan keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan saat melakukan pembelian, apabila pelayanan yang diberikan berkaitan dengan kualitas produk-produk transportasi merek Yamaha yang ditawarkan perusahaan, maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, selain itu perusahaan harus melakukan garansi atas setiap pembelian produk transportasi.

fenomena yang terjadi pada perusahaan, bahwa volume penjualan perusahaan mengalami penurunan, terjadinya penurunan volume penjualan disebabkan karena pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, selain itu karena perusahaan kurang mengadakan metode *ghost shopping*. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan evaluasi mengenai kepuasan pelanggan. Hal tersebut tercermin dalam hasil penjualan yang diperoleh PT Hasjrat Abadi cabang Isimu.

**Tabel 1**  
**Data Penjualan Tahun 2016-2018 PT Hasjrat Abadi Cabang Isimu**

BULAN	TAHUN		
	2016	2017	2018
JANUARI	146 unit	114 unit	145 unit
FEBRUARI	171 unit	152 unit	127 unit
MARET	126 unit	103 unit	122 unit
APRIL	170 unit	132 unit	156 unit
MEI	163 unit	167 unit	155 unit
JUNI	239 unit	152 unit	138 unit
JULI	145 unit	145 unit	159 unit
AGUSTUS	168 unit	176 unit	135 unit
SEPTEMBER	159 unit	180 unit	123 unit
OKTOBER	115 unit	158 unit	145 unit
NOVEMBER	218 unit	165 unit	144 unit
DESEMBER	175 unit	208 unit	93 unit
<b>TOTAL</b>	<b>1995 unit</b>	<b>1852 unit</b>	<b>1642 unit</b>

*Sumber. PT Hasjrat Abadi Devisi Yamaha Kota Gorontalo*

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir pada tahun 2016 yaitu 1995 unit, tahun 2017 yaitu 1852 unit, dan 2018 1642 unit, dari sekian banyak motor yang terjual belikan yang paling banyak mengalami penurunan yaitu motor vega ZR , Hal ini ini tidak lepas dari banyaknya pesaing (*competitor*). Sehingga konsumen cenderung memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dengan mengetahui kepuasan pelanggan, maka perusahaan

produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada akhirnya perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Oleh karena itu dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk membahas tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Hasrat Abadi Cabang Isimu.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya pesaing usaha penjualan kendaraan sepeda motor yang berada disekitar lokasi.
2. Tingkat kepuasan konsumen yang cenderung optimal berpengaruh terhadap penurunan pengunjung yang masih menurun tiap bulannya.
3. Hasil observasi awal pada PT. Hasrat Abadi cabang isimu mengalami penurunan sepeda motor Yamaha. penurunan pengunjung yang masih cenderung menurun tiap bulannya.

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kajian pengaruh kualitas pelayanan (X), terhadap kepuasan konsumen (Y).

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah:

Seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Hasrat Abadi Cabang Isimu ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Hasrat Abadi Cabang Isimu

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### 1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dalam pengembangan ilmu tentang teori-teori manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan kajian bagi peneliti selanjutnya terutama yang berhubungan dengan pemasaran
- c. Peneliti memberikan pengetahuan yang lebih mengenai ruang lingkup pemasaran secara nyata khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

#### 1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

- b. Bagi karyawan, dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- c. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa, dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dibidang manajemen pemasaran.