

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era globalisasi ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi serta transportasi. Sehingga menyebabkan ketatnya persaingan di dunia bisnis terutama di bidang jasa. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan meningkatkan keunggulan yang kompetitif agar dapat bersaing secara unggul dengan pesaing lainnya terutama dalam bidang yang sama yaitu bidang jasa. Agar perusahaan berkembang dan memiliki keunggulan yang kompetitif dari pesaing lainnya maka perusahaan meningkatkan kualitas produk atau jasa dan pelayanan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak positif pada jangka panjang.

Kepuasan pelanggan yang diterima perusahaan merupakan investasi dimasa depan. Sehingga menjadikan suatu peluang perusahaan untuk berkembang. Pada era modern saat ini pertumbuhan alat teknologi yaitu listrik menjadi kebutuhan yang mendasar bagi masyarakat salah satunya *air conditioner*. Banyak masyarakat yang memasang *Air conditioner* pada mobil, ruang tamu, kamar tidur serta kamar mandi. Hal ini menjadikan suatu peluang bagi dunia bisnis khususnya pada bidang jasa untuk mengembangkan usahanya.

Tjiptono, F. (2014:26) menyatakan bahwa jasa adalah sebuah tindakan atau perbuatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan untuk dijual kepada pihak lain yaitu pengguna jasa. Usaha dalam bidang jasa ini misalnya usaha service AC. Dapat diperkirakan bahwasanya usahanya service ini sangat

dibutuhkan oleh masyarakat menengah keatas. Dalam usaha ini perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saladin, D. (2003:9) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menciptakan pelanggan baru tidaklah cukup tanpa mengembangkan dan mendistribusikan jasa dan layanan yang sesuai ekspektasi pelanggan. Pelanggan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi ekspektasinya. Sedangkan kinerja yang tidak sesuai dengan ekspektasinya pelanggan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan menjadi sebuah prioritas bagi perusahaan. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak menjadi penyebab dari ketidakpuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat pengendalian tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Sigit, R. D., & Oktaviani, F. 2014:7). Kualitas dapat dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan pelayanannya yang setara dengan yang diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan berpusat dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan serta keinginan pelanggan. Pentingnya kualitas pelayanan sebagai pendorong hubungan dekat dengan pelanggan. Hubungan yang baik ketika perusahaan dapat memahami harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan. Selain kualitas pelayanan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harga adalah jumlah yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa (Machfoedz, M. 2010:69). Dalam

penggunaan jasa bengkel ini, harga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga yang tinggi mengakibatkan pelanggan untuk berfikir tidak memilih perbaikan di bengkel ini. Dan sebaliknya semakin rendah biaya yang ditawarkan maka pelanggan cenderung untuk memilih perbaikan di bengkel ini. Harga yang tinggi mempengaruhi tingkat pesaing dengan bengkel lain. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin besar peluang untuk konsumen berpindah kepada bengkel lainnya.

Beberapa penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Wardani, F. K. (2014) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Pak Darus di Kabupaten Purworejo” telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan bengkel motor. Dalam penelitian lainnya Maulana, A. S. (2016) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga terdapat hubungan positif dengan kepuasan pelanggan pada PT.DOI. Selanjutnya pada penelitian Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Hafiz, K. I.(2012) yang berjudul “*Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector*” membuktikan bahwa *service quality and price* berpengaruh signifikan pada *customer satisfaction in pakistan telecommuunication sector*.

Kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maka objek penelitian ini dilakukan di bengkel Sahabat AC Lumajang yang bergerak dalam bidang jasa. Dalam bidang jasa ini harga yang terjangkau dan sesuai

dengan kualitas pelayanannya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari penelitian yang terdahulu, maka peneliti tertarik ingin menerapkan kajian tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan dilakukan dibidang manajemen khususnya tentang kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini akan dilakukan pada bidang jasa di Bengkel Sahabat AC Lumajang.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti ingin meneliti lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Sahabat AC di Lumajang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel sahabat AC di Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel sahabat AC di Lumajang?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel sahabat AC di Lumajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Sahabat AC di Lumajang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Sahabat AC di Lumajang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Sahabat AC di Lumajang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan sehingga dapat diartikan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa dijadikan rujukan tambahan perbendaharaan perpustakaan di STIE Widya Gama Lumajang serta bisa memberikan tambahan informasi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

- 2) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk penulis memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Institusi STIE Widya Gama Lumajang dan penambahan wawasan dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan untuk dijadikan sebagai motivasi para peneliti lainnya yang berhubungan dengan tema yang sama.

4) Bagi Bidang Jasa Service AC

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi bidang jasa yang bersangkutan dalam pengambilan keputusan terutama yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen.

