

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, dihadapi para produsen otomotif sepeda motor untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli. Selain persaingan produk, perusahaan juga bersaing dalam hal jasa yaitu perawatan dan perbaikan sepeda motor itu sendiri.

Perusahaan penyedia jasa otomotif menghadapi persaingan yang ketat. Setiap penyedia jasa terus mencari cara untuk menarik pelanggan dan mengungguli para pesaing mereka. Salah satu caranya menarik konsumen adalah dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara baik, yakni perusahaan memberikan pelayanan yang berorientasi kepada pelanggan. Agar perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan, maka perusahaan selalu menjaga standar kualitas pelayanan terhadap pelanggan supaya pelanggan merasa puas dan akhirnya loyal terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja/atau hasil produk atau jasa yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Oliver dalam Tjiptono & Diana, 2015b: 23). Hal ini seorang konsumen puas atau tidaknya tergantung pada kinerja produk atau jasa

dibandingkan terikatnya ekspektasi konsumen dan seorang konsumen menginterpretasikan munculnya gap antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Salah satu tindakan sebagai memuaskan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Dalam memberikan kepuasan pelanggan yang memakai jasa perusahaan, salah satu cara yang dilakukan adalah memberikan kualitas pelayanan dan harga yang sangat baik.

Harga adalah sejumlah nilai yang bisa ditukarkan dengan suatu produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual dengan satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Kotler dan Armstrong dalam Wibowo & Priansa, 2017:117). Sehingga produk atau jasa yang bermutu jelek, penerimaan produk yang lambat bisa menyebabkan pelanggan tidak puas. Perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan merasa tidak dirugikan.

Kualitas pelayanan adalah bentuk maksimal sebuah produk atau jasa beserta karakteristiknya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Karena kebutuhan manusia sangat beragam, jadi perusahaan harus memberikan kualitas yang terbaik agar terciptanya rasa puas pada pelanggan (Russel dan Taylor dalam Wibowo, 2016: 133). Sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik. Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Masyarakat kini semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, ini

disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya.

Pada penelitian sebelumnya, masih ada perbedaan pandangan dalam memperoleh hasil penelitian. Hasil penelitian yang pernah diteliti sebelumnya oleh Lenzu, Massie, and Adare (2014), Runtunuwu, Oroh, and Taroreh (2014), Wariki, Mananeke, and Tawas (2015) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian dari Prasetio (2012), Kurniasih (2012), Haryanto (2013), Lestari (2013), Gunawan (2013), Utami and Jatra (2015), Suzy Widyasari, Euis Soliha, Shopiyanto Wuryan, and Lenny Dwi Damayanti (2017a) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena yang membuat peneliti tertarik mengambil penelitian ini karena banyaknya jasa *service* sepeda motor yang ada di Lumajang dengan harga yang bervariasi di setiap pelayanannya. Dengan fenomena itu menimbulkan persaingan yang sangat ketat di bidang jasa *service* sepeda motor.

Penelitian ini dilakukan di bengkel Yamaha Duta Motor yang berlokasi di jalan Panjaitan Lumajang, dimana pada lokasi ini terdapat beberapa bengkel *service* lain, sehingga hal ini mengakibatkan persaingan terhadap jasa pelayanan *service* kendaraan bermotor juga semakin ketat. Apabila harga dan pelayanan *service* sepeda motor yang dirasakan setelah melakukan *service* kendaraan tidak sesuai dengan harapan. Berdasarkan penelitian terdahulu dan fakta empiris yang telah dijabarkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“ANALISIS HARGA**

DAN KUALITAS PELAYANAN SERVICE SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI YAMAHA DUTA MOTOR LUMAJANG”

1.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memberi batasan agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang terlalu luas yang dapat menimbulkan perbedaan pengertian antara penulis dan pembaca. Pembatasan masalah yang ditetapkan di penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian karakteristik pelanggan meliputi jenis kelamin, tingkat pendapatan per bulan, dan frekuensi kedatangan pertahun.
2. Penelitian dibatasi pada kepuasan pelanggan terhadap harga dan hasil service sepeda motor yang diberikan oleh Yamaha Duta motor.
3. Penelitian uji dibatasi pada perbedaan karakteristik pelanggan menurut jenis kelamin, tingkat pendapatan per bulan, usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan-permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor Lumajang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor Lumajang?

3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harga secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *service* sepeda motor secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor.
3. Untuk mengetahui harga dan kualitas pelayanan secara simultan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yamaha Duta Motor.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi STIE WIDYA GAMA

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan referensi bacaan ilmiah bagi mahasiswa dan bisa digunakan untuk bahan pertimbangan dan acuan dalam penulisan karya ilmiah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “WIDYA GAMA” Lumajang serta memiliki manfaat untuk menambah ilmu dan pengalaman.

3. Bagi Bengkel Yamaha Duta Motor

Pada akhirnya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan pemikiran bagi pihak bengkel Yamaha Duta Motor untuk menentukan kebijakan pemenuhan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harga dan hasil service sepeda motor yang di berikan. Dengan demikian, pihak bengkel Yamaha Duta Motor bisa meningkatkan pelayanan yang lebih baik agar tujuan perusahaan bisa tercapai.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian baru yang mempunyai kemiripan variabel dengan peneliti ini.

