

BAB I

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Kotler, Philip dan Keller, (2012) “Mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Jika kinerjanya dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerjanya memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerjanya melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayan dari produk apakah sesuai antara harapan yang kenyataan. Kualitas pelayanan atau jasa menurut Koler dan Kaller (2009). Merupakan setiap tindakan atau kegiatannya yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Proses produksi mungkin juga dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan pruduk fisik.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggannya untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bagaimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminumkan pengalaman pelanggan. Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan saran, teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruh keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyediaan sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kedudukan social, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan keperibadian (Assegaff, Mohammad 2009).

Dalam menghadapi persaingan bisnis tersebut perusahaan harus lebih kreatif

BAB I

dan inovatif dengan menawarkan produk atau jasa yang bernilai lebih.



Hal inilah yang dituntut oleh dealer yang menjadi fokus atau sasaran untuk bersaing. Pada umumnya perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan konsumen, dengan membangun kepercayaan antara perusahaan dan pelanggannya.

Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perilaku pembelian. Dengan persaingan di dunia usaha yang sangat pesat ini perusahaan haruslah dapat memenuhi kepuasan konsumen. Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industri jasa, kualitas pelayanan harus dikelola dengan baik. Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya di bidang jasa transportasi, maka untuk meningkatkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan Dealer Yamaha fortuna, melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya.

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Setiap perusahaan selalu berusaha mengupayakan pelayanan terbaik untuk pelanggan dan berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, maka dari itu suatu perusahaan untuk menarik pelanggan tidak hanya harus berfokus pada bagian pemasaran melainkan harus didukung oleh beberapa faktor lain yang bisa membuat pelanggan itu merasa puas dengan apa yang telah di perolehnya, contohnya adalah kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan perusahaan.

Lewis dan Booms (1983) menyatakan *service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.

Metode *Servqual* merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggannya terhadap kualitas yang mereka rasakan dan mereka harapkannya. Dalam upaya mengembangkannya konsepsi seputaran kualitas pelayanan, menurut Parasuraman (Zeithaml, et al, 1990), menyatakan dalam membandingkan antara harapan dan kinerjanya tercapai kesenjangan yang disebut dan nilai GAP terdapat lima

nilai GAP yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan nilai GAP 1 adalah persepsi manajemen. Nilai GAP 2 adalah spesifikasi kualitas pelayanannya. Nilai GAP 3 adalah penyelenggaraan pelayanan. Nilai GAP 4 adalah komunikasi eksternal dan nilai GAP 5 adalah kualitas service.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka permasalahan dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Dealer Yamaha Fortuna yang diberikan kepada konsumen.
2. Tindakan apakah yang dilakukan oleh Dealer Yamaha Fortuna dari masukan konsumen tersebut.
3. Apakah dealer sudah mengetahui permasalahan konsumen saat ini.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuannya penelitian yang ingin tercapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan menurut persepsi konsumen pada Dealer Yamaha Fortuna.
2. Mengetahui prioritas utama dalam memperbaiki kualitas pelayanan *service*.
3. Melayani pelayanan dealer terhadap konsumen saat ini

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaatnya akan diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk Dealer yaitu Kedepannya hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pendukung dalam mengembangkan maupun perbaikan pelayanan Servis sesuai dengan atribut yang diprioritaskan.
2. Manfaat untuk Universitas yaitu dapat digunakan acuan sebagai bahan studi untuk generasi selanjutnya. Manfaat untuk Penulis yaitu Meningkatkan kualitas pelayanan *service* sehingga meningkatkan pula nilai loyalitas pelanggan lama maupun menjaring pelanggan baru.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

Adapun batasan masalahnya dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah dalam penelitian ini yang harus dibereskan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Dealer Yamaha Fortuna.
2. Penelitian difokuskan pada masalah kepuasan pelanggan.

1.5.2 Asumsi

1. Faktor masalah kepuasan pelanggan harus dibahas
2. Faktor kualitas terhadap pelanggan masih kurang baik
3. Jumlah 8 jam/hari setiap bulan adalah 240 jam dengan jumlah hari kerja 30 hari

