

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah mendorong timbulnya persaingan yang sangat kompetitif dalam segala bidang usaha. Keberhasilan dalam berkompetisi sangat ditentukan oleh antisipasi dan tanggapan yang cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku pelanggan. Perusahaan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam melayani pelanggan melalui penawaran produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang semakin baik.

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha jasa pelayanan perawatan kendaraan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa terus berupaya untuk meningkatkan kinerjanya terutama pelayanan jasa perawatan, perusahaan memandang hal penting karena saat ini permintaan akan jasa *service* otomotif semakin tinggi dan persaingan antara perusahaan jasa otomotif yang semakin tinggi pula. Perusahaan jasa dibidang otomotif ini mempunyai perhatian besar pada kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas, banyak memfokuskan pada masalah bagaimana mempekerjakan dan melatih karyawan jasa yang terampil, berpengetahuan dan menarik. Berkaitan dengan fenomena tersebut membuat perusahaan-perusahaan khususnya yang bergerak di bidang jasa ini, merasa perlu merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani pelanggan khususnya pada ruang lingkup perusahaan dibidang jasa tersebut.

Berkaitan dengan industri jasa dalam persaingan industri saat ini, guna mempertahankan pengguna jasa atau pelanggan agar memperoleh kepuasan dan loyalitas yang tinggi, dibutuhkan strategi yang dapat diimplementasikan oleh pihak manajemen. Salah satu strategi yang penting adalah memberikan kualitas pelayanan yang prima. Secara umum kualitas pelayanan adalah sikap atau penilaian global tentang keunggulan dari jasa dan dijadikan sebagai perbandingan harapan dengan kinerja. Kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu strategi untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus sehingga diperlukan dimensi kualitas jasa yang dapat digunakan untuk menganalisa dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dan mengenali karakteristik, kebutuhan serta keinginan pelanggan melalui komunikasi dua arah antara pelanggan dan perusahaan.

Mengenai bagaimana kualitas pelayanan dapat membentuk loyalitas pelanggan, dengan adanya umpan balik yang diterima pelanggan dari kualitas pelayanan yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Dewasa ini loyalitas pelanggan menjadi pemikiran banyak perusahaan karena efeknya yang sangat besar bagi kelangsungan usaha. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang terhadap perusahaan yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang

kepuasan yang didapat dari perusahaan tersebut, dan menunjukkan kekebalan dari tawaran perusahaan pesaing lain. PT. *United Motors Centre* (UMC) A. Yani adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri jasa dan memiliki konsep memberikan kualitas pelayanan terbaik demi kepuasan pelanggan dalam perawatan dan perbaikan mobil Suzuki. PT UMC A. Yani juga mempererat hubungan baik dengan pelanggan sehingga nama dari UMC mudah diingat dan sudah dibenak pelanggan, tidak hanya itu kualitas pelayanan dan perhatian kepentingan pelanggan menjadi bagian dari budaya perusahaan yang tercermin dalam visi, misi dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan pada latar belakang, visi, misi dan nilai perusahaan, yang dimana perusahaan mampu menerapkan layanan yang unggul pada pelanggan dan selalu mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan membuat mereka loyal terhadap perusahaan serta untuk melihat efektifitas program-program pemasarannya, serta berkeinginan meneliti sekaligus mengidentifikasi adanya pengaruh dari kualitas, kepuasan dan loyalitas maka peneliti mengambil judul dalam penelitian ini : **“Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan PT UMC A Yani Surabaya”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disajikan sebelumnya maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya?

2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Tujuan Umum**

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar sarjana manajemen program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teori yang sudah di dapatkan dari bangku kuliah
- c. Untuk memenuhi salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan PT UMC A.Yani Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua sebagai berikut:

### **1.4.1 Teoritis**

Berhubung dengan ilmu teori manajemen pemasaran ini tentu saja tentang berekonomi diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran manajemen bidang yang kaitannya dengan kualitas layanan dan loyalitas melalui kepuasan pada pelanggan.

### **1.4.2 Praktis**

#### **1.4.2.1 Bagi perusahaan**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi perusahaan yang berhubungan dengan kualitas layanan, loyalitas dan kepuasan pelanggan secara tepat guna mencapai kinerja perusahaan PT UMC A Yani Surabaya

#### **1.4.2.2 Bagi universitas**

Bahwa hasil penelitian yang dilakukan merupakan bentuk keperluan dan keikutsertaan lembaga untuk membantu dunia usaha atau industri dalam rangka meningkatkan daya saing di era globalisasi ini. Dapat menambah ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya tentang Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

#### **1.4.2.3 Bagi peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta bagaimana

penerapan teori-teori yang didapat selama menempuh studi perkuliahan dan dapat dikembangkan diperusahaan UMC (*United Motors Centre*) tentunya dalam bidang manajemen pemasaran

