

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Maraknya persaingan bisnis saat ini menjadikan perusahaan semakin menyadari akan pentingnya konsumen dalam bisnis dan kelangsungan hidup dari perusahaan. Banyak perusahaan semakin menjadikan konsumen sebagai faktor utama dari upaya dan usaha mereka, sehingga perusahaan berusaha menciptakan pelayanan yang terbaik dan terdepan untuk konsumen setia perusahaan, dengan pelayanan yang maksimal diharapkan terwujudnya kepuasan dan loyalitas konsumen yang merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Dalam pemasaran jasa, konsumen adalah pihak yang berkepentingan dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Mereka memberikan penilaian dengan membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang mereka inginkan atau yang diharapkan.

Menurut Tjiptono dalam Herawati, Pradhanawati, & Dewi (2013:7) menyatakan bahwa kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Perusahaan dapat mengantongi reputasi baik apabila kualitas pelayanan yang diberikan senantiasa memenuhi harapan konsumen setia perusahaan. Situasi ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas di waktu yang akan datang.

Perusahaan yang berkecimpung dalam sektor jasa semakin berkembang dengan cepat, mereka sadar akan masa depan bisnis jasa benar-benar bergantung kepada konsumen yang perkembangan dan peranan dari sektor jasa semakin agung terutama didorong oleh kemajuan sektor teknologi dan informasi. Usaha di sektor jasa banyak dijumpai di kehidupan sehari-hari diantaranya adalah jasa asuransi, telekomunikasi, perbankan, perbengkelan, dan angkutan, sedangkan perusahaan jasa yang profesional seperti konsultan, dokter, kantor akuntan, dan pengacara, selain itu terlihat juga maraknya organisasi nirlaba seperti rumah sakit, lembaga pemerintahan, dan universitas.

Arus transportasi yang lancar sangat ditunjang oleh perkembangan produk kendaraan bermotor sebagai bentuk alat transportasi darat, baik dalam jumlah, mutu, maupun jenisnya. Untuk jenis kendaraan motor roda dua atau sepeda motor adalah kendaraan yang praktis dan fleksibel penggunaannya, untuk ke pasar, sekolah, kantor, rekreasi, dan dapat difungsikan juga untuk usaha kecil seperti membawa barang dan ojek penumpang. Keadaan ini sangat efektif dan efisien dalam meningkatkan kehidupan masyarakat luas ampuh di kota maupun di desa.

Dengan adanya perubahan menjadikan dampak positif yang nyata yaitu peningkatan pelayanan minat pembelian sepeda motor, berakibat meningkatnya jumlah kepemilikan sepeda motor. Beriringan dengan meningkatnya arus jual beli sepeda motor, mengakibatkan usaha bengkel sepeda motor yang memberikan kontribusi positif bagi pembangunan nasional, "mereka" bergerak di bidang usaha swasta kecil (industri kecil) mampu berperan dalam

menyediakan jasa perbaikan bagi masyarakat pemilik sepeda motor.

Sehingga terasa adanya persaingan yang semakin ketat terutama dalam mutu servis, biaya dan pelayanannya. Maka dalam hal persaingan tersebut pengusaha bengkel, berusaha meningkatkan mutu pengelolaan bengkel. Akan tetapi mereka juga tidak terhindar dari kelemahan, misalnya inefisiensi yang bersumber dan melekat pada masing-masing pelaku ekonomi seperti kurang jujur, tidak disiplin, kurang cermat, dan tidak menghargai waktu sehingga nilai produktifitas rendah. Dalam hal ini manajemen perusahaan bengkel sepeda motor umumnya masih sangat lemah sehingga perlu untuk meningkatkan manajemen perusahaannya.

Dalam pemasaran jasa, hal utama yang harus mendapat perhatian khusus adalah kepuasan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, diharapkan pemakai jasa tersebut merasa puas. Menurut Kotler dalam Normasari (2013:7) "kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya". Terciptanya kepuasan para konsumen dan memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara konsumen dengan perusahaan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian/servis ulang dan terciptanya loyalitas konsumen.

Berawal dari tinjauan latar belakang masalah tersebut diatas maka penulis tertarik mengadakan penelitian guna penulisan skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS

## JASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL IR MOTOR SURABAYA”.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel IR Motor Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel IR Motor Surabaya?
3. Apakah kualitas jasa dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bengkel IR Motor Surabaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada IR Motor Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada IR Motor Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas jasa dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada IR Motor Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai pemikiran dalam memberikan wawasan dan masukan pengetahuan yang dapat dijadikan bahan kajian untuk ilmu ekonomi khususnya bidang jasa untuk pengembangan teori-teori yang berhubungan tentang kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan konsumen.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **1.4.2.1 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan selaku bahan informasi dalam meninjau kebijakan bagi organisator perusahaan untuk mengembangkan kualitas jasa dan harga hingga kinerja yang dihasilkan berjalan lebih baik demi meningkatkan kesuksesan perusahaan.

#### **1.4.2.2 Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Bahwa hasil penelitian yang dilakukan merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya terhadap dunia usaha maupun industri dalam menghadapi berbagai kendala atau permasalahan yang ada. Pemecahan masalah dianalisis melalui kajian ilmu pengetahuan sehingga menjadi suatu solusi yang bermanfaat.

#### **1.4.2.3 Bagi Peneliti**

Penelitian ini dilakukan dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan tentang penerapan teori-teori yang didapat selama menempuh studi

perkuliahan dalam bidang manajemen terutama pemasaran dan penelitian ini diharapkan memberikan bantuan kepada penulis untuk mengetahui permasalahan dan memberikan alternatif pemecahan masalah yang sedang dihadapi sesuai dengan teori yang sudah didapatkan.