

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat perusahaan harus meningkatkan daya saing. Persaingan yang semakin ketat ini membuat para pelaku bisnis semakin menuntut untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Dari pengaruh perkembangan zamannya itu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel motor. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Tuban. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan dengan bengkel-bengkel kompetitornya.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas

pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan factor penting, kualitas layanan yang leboh dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan leboh dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Selain kualitas pelayanan, harga merupakan factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu factor penting,

dalam penjualan. Menurut Firdiyansyah (2017) harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Salah satu faktor penting lainnya adalah penentuan lokasi. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2017) lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), didaerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parker, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. *Mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata

letak fasilitas jasa. Maka *mood* dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus dijaga jika perusahaan mampu memberikan produk dan kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa puas sehingga akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2013) "*Satisfaction reflects a person's judgements of a product's perceived performance (or outcome) in relationship to expectation*" yang berarti kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan setelah melakukan transaksi di bengkel AR Jaya Motor. Adapun cara dalam menciptakan kepuasan konsumen itu dengan jalan memberikan pelayanan yang baik dan ramah pada konsumen, memberikan harga yang terjangkau dan berada di lokasi yang strategis karena konsumen dianggap sebagai raja sehingga perusahaan harus memenuhi segala keinginan konsumen. Apabila hal ini dapat terwujud, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa puas.

Bengkel AR Jaya adalah salah satu penyedia jasa bengkel motor yang berdiri sejak 2012. Bengkel AR Jaya mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan setiap bulannya. Jumlah pelanggan pada bengkel AR Jaya setiap bulannya juga mengalami kenaikan dan penurunan. Fenomena ini perlu diwaspadai oleh bengkel AR Jaya karena dengan jumlah pendapatan yang fluktuatif akan memberikan pengaruh yang merugikan bagi perusahaan. Kualitas yang dipersepsikan antara lain dengan memberikan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi yang optimal, supaya pelanggan yang menikmati jasa akan kembali melakukan pembelian jasa tersebut.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel AR Jaya Motor Tuban".

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Motor Tuban ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Motor Tuban ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Motor Tuban ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Motor Tuban ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan masalah yang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Motor Tuban.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Tuban.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Tuban.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AR Jaya Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat berguna :

1. Manfaat Teoritis
Diharapkan dapat memberikan landasan bagi para peenliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan wawasan dan pengetahuan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran berdasarkan teori yang didapat selama masa perkuliahan.
 - b. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam dunia

usaha. Penelitian ini dapat juga menjadi bahan referensi bagi bengkel AR Jaya dalam menyusun strategi yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan.

- c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa Manajemen serta menjadi bahan wacana dipergustakaan.
- d. Bagi Peneliti Lain
Diharapkan dapat menjadi referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan bagi penulis lain yang melakukan penelitian skripsi berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

(halaman ini sengaja dikosongkan)