

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Bengkel merupakan satu jenis usaha yang bergerak di bidang jasa dan berorientasi pada pelanggan dalam menjalankan usahanya. Salah satu faktor puas atau tidak puasnya pelanggan terletak pada *service quality factor*. Kualitas yang baik tercapai apabila penyedia jasa pelayanan telah memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Konsumen akan mengalami tiga tingkatan kepuasan umum. Pertama, konsumen merasa tidak puas, apabila kenyataan pelayanan yang diterima dibawah harapannya. Kedua, konsumen merasa puas, apabila antara kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan harapannya dan Ketiga, konsumen akan merasa sangat puas apabila pelayanan yang diterima diatas harapannya.

Sebagai usaha yang memberikan jasa service kendaraan maka Bengkel harus memperlakukan pelanggannya seperti raja, hal tersebut dikarenakan usaha Bengkel sangat tergantung dari banyak sedikitnya pelanggan yang menservicekan kendaraannya. Bermula dari kenyataan ini maka Bengkel memiliki sasaran pokok dalam pengelolaannya : Memberikan pelayanan sebaik-

baiknya kepada pelanggan. Sasaran pokok pengelolaan Bengkel diatas sesuai dengan pendapat dari Kotler di mana hal tersebut harus dilakukan atau diterapkan oleh perusahaan agar perusahaan tersebut tetap dapat bertahan dan dapat unggul dalam persaingan. Pendapat Kotler tersebut mengatakan bahwa hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan hidup, karena mereka bisa memberikan nilai lebih baik daripada saingannya kepada pelanggan sasarannya. (Kotler , 1995 : 42)

Dalam dunia usaha yang bergerak dibidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Jika konsumen puas, kemungkinan besar konsumen menjadi pelanggan setia bahkan dapat menjadi media promosi gratis bagi perusahaan, dan sebaliknya jika pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan maka konsumen akan memberikan penilaian yang tidak baik bagi perusahaan sehingga bukannya tidak mungkin pelanggan tersebut memberitahukan ketidakpuasannya kepada orang lain. Hal ini akan sangat merugikan bagi kelangsungan hidup perusahaan. (Blattberg, et al, 1996 dalam Usmara, 2003 : 88) mendefinisikan lebih mudah untuk mendapatkan current customer daripada untuk mendapatkan seorang customer baru.

Saat ini perusahaan-perusahaan jasa saling bersaing memperebutkan perhatian konsumen agar menggunakan produknya dengan memberikan kualitas pelayanan yang beraneka ragam, mulai dari penyediaan sertifikat jaminan dalam

jangka waktu tertentu, pelayanan yang ramah kepada setiap konsumen yang datang, pemberian service yang baik kepada setiap pelanggan, kemudahan dalam penyediaan suku cadang dengan kualitas tinggi, dan masih banyak lagi. Dan peningkatan kualitas layanan ini selalu dilakukan oleh setiap perusahaan guna memenuhi kepuasan para pelanggannya. Sangat penting bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa agar tetap dapat bertahan hidup atau beroperasi yaitu dengan menentukan siapa yang akan dilayani, dan perusahaan juga harus mendapatkan informasi tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Dari pernyataan diatas menggambarkan betapa pentingnya arti sebuah kepuasan pelanggan bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan itu dapat menunjukkan bagaimana kinerja atau hasil kerja perusahaan dilihat dari kacamata para pelanggannya.

Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa tentu saja tidak lepas dari uraian di atas. Untuk itu bengkel ini perlu menerapkan strategi yang berorientasi pada pelanggan dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.

Berdasar latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN BENGKEL AHAS 1568 FAMILY MOTOR WONOSOBO”

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasar latar belakang tersebut, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR ?
- 1.2.2. Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR ?

## 1.3. BATASAN MASALAH

Karena banyaknya masalah yang ditemui, maka penulis membatasi permasalahan pada :

- 1.3.1. Produk yang dianalisis adalah kualitas pelayanan dari Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo
- 1.3.2. Penelitian dilakukan pada pelanggan Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo
- 1.3.3. Dimensi kualitas pelayanan yang akan dianalisis adalah :
  - a. Bukti langsung (Tangibles)  
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi seperti :
    - Perusahaan melayani perawatan, perbaikan dan penjualan suku cadang

- Kondisi gedung yang bersih
- Teknologi / peralatan yang digunakan
- Kenyamanan ruang pelayanan

b. Keandalan (Reliability)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan, misalnya :

- Kemampuan perusahaan dalam mengatasi masalah pelanggan.
- Kemampuan perusahaan dalam menekan kesalahan dalam memberi pelayanan.
- Kemampuan perusahaan untuk mengetahui kemauan pelanggan.
- Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan.

c. Daya tanggap (Responsiveness)

Yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti :

- Tanggapan karyawan dalam melayani pelanggan.
- Kesiediaan perusahaan menyediakan waktu untuk menanggapi masalah pelanggan.
- Perusahaan menangani masalah dengan segera
- Respon cepat terhadap permintaan pelanggan.

d. Jaminan (Assurance)

Mencakup kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, seperti :

- Memiliki peralatan pendukung yang memberikan hasil kerja yang optimal
- Kemampuan perusahaan dalam memberi jaminan akan keprofesionalan karyawannya.
- Kemampuan perusahaan dalam memberikan garansi kepada pelanggan akan hasil pelayanan yang diberikan
- Memberikan jaminan penyediaan suku cadang asli kepada pelanggan.

e. Empati (Empathy)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

- Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan pelanggan
- Karyawan mampu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan.
- Perusahaan mampu memahami kondisi pelanggan
- Mampu memenuhi kebutuhan yang diperlukan pelanggan dengan solusi yang berbeda satu sama lain..

(Parasuraman, et al., 1985 dalam Tjiptono, 1997 : 26)

#### **1.4. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.4.1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang telah diterima dari Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo.
- 1.4.2 Untuk mengetanui dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR

#### **1.5.MANFAAT PENELITIAN**

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat :

##### 1.5.1 Bagi Penulis

Menambah pengetahuan bagi dunia praktisi yang berkaitan dengan pemasaran, khususnya pengetahuan tentang kepuasan pelanggan.

##### 1.5.2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak bengkel dalam usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan lain.

##### 1.5.3. Bagi Akademis

Dapat di gunakan sebagai penambah literatur di perpustakaan dan sebagai acuan dan perbandingan bagi peneliti-peneliti yang lain.