

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha di Indonesia dewasa ini semakin pesat dengan nampak terlihatnya kemajuan disegala bidang, terutama bidang ekonomi dan teknologi. Hal ini mengakibatkan berdirinya perusahaan-perusahaan dengan berbagai macam produk yang dihasilkan. Untuk mempertahankan ataupun memperluas pangsa pasar, perusahaan-perusahaan tersebut harus mampu bersaing secara kompetitif. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menciptakan produk yang terjangkau oleh konsumen, namun perusahaan juga harus dapat menjalin komunikasi dengan konsumen pengguna produk dari perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat lebih mengetahui dan mendapatkan informasi tentang kualitas pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen agar kepuasan konsumen dapat tercapai serta perusahaan dapat meningkatkan kualitasnya.

Perkembangan teknologi di negara kita saat ini membawa dampak pada berdirinya perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor jasa yang berhubungan dengan teknologi tersebut. Satu di antara banyak perusahaan jasa tersebut adalah perusahaan yang memberikan jasa layanan perawatan dan perbaikan (bengkel) kendaraan roda dua (sepeda motor). Kondisi demikian menciptakan ketatnya persaingan dalam perusahaan jasa bengkel sepeda motor. Persaingan itu berlaku untuk semua bengkel resmi yaitu bengkel yang telah direkomendasi oleh suatu merek sepeda motor tertentu ataupun bengkel umum yang memberikan layanan

perbaikan untuk segala merek dan jenis sepeda motor. Persaingan itu juga dialami oleh bengkel resmi Suzuki yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia. Sebagai bengkel resmi Suzuki yang paling tidak sudah mempunyai nama di mata masyarakat terutama para pengguna sepeda motor Suzuki, bengkel resmi Suzuki harus terus menerus melakukan perbaikan kualitas layanan, karena walaupun bengkel yang telah direkomendasi oleh pabrik, tetapi juga tidak sedikit para pengguna sepeda motor Suzuki yang memilih menggunakan jasa layanan bengkel lain yang mereka anggap lebih baik dalam fasilitas, pelayanan, dan hasil yang diperoleh. Hal itu disebabkan karena saat ini masyarakat sudah mempunyai pola pikir yang maju dan mereka menuntut layanan yang lebih berkualitas. Perbedaan kualitas layanan antar bengkel dapat dilihat dari masing-masing dimensi kualitas layanan seperti yang telah dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawan (Tjiptono, 1996, hlm.70) yaitu: *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi diatas dikembangkan oleh (Parasuraman et.all, 1998) dalam (Lupiyoadi, 2001, hlm.148) yang disebut dengan SERVQUAL (Service Quality) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas layanan.

Dimensi-dimensi kualitas layanan yang telah disebut diatas, harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Pada saat ini pada umumnya pelanggan mempunyai pandangan yang

jauh ke depan dan dan pelanggan bisa mempengaruhi orang lain supaya bisa percaya dengan visinya. Pelanggan biasanya menentukan pilihannya atas dasar pertimbangan-pertimbangan yang mereka miliki. Lingkungan, image, fasilitas, penampilan karyawan, dan kesopanan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Pemahaman terhadap hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan. Hal itu dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan kualitas layanan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba untuk meneliti dan menganalisis kualitas layanan pada bengkel SUZUKI SUBUR MOTOR PURWOREJO dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Pada Bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen?
- 2) Apakah terdapat variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Untuk mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Suzuki Subur Motor Purworejo.

### 1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi pemilik bengkel

Hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan yang dapat digunakan untuk peningkatan kualitas layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Manfaat lainnya adalah dapat memberikan gambaran bagi pemilik bengkel dalam mengelola bengkelnya secara efektif dan efisien.

- 2) Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti mendapatkan pengetahuan yang nyata dan sangat berharga, untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh di bangku kuliah.

- 3) Bagi pihak lain

Menambah literatur baru tentang bagaimana melakukan analisis kualitas layanan, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi yang berminat terhadap penelitian yang sama.