

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam masa era globalisasi ini diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Persaingan tersebut mengakibatkan adanya perlombaan untuk mencari cara dalam menghadapi persaingan tersebut. Perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen, baik itu keinginan masa kini maupun masa yang akan mendatang. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perlu merumuskan strategi yang tepat, karena tujuan dasar dari industri jasa adalah dapat memberikan pelayanan yang baik dan maksimal sesuai dengan harapan konsumen, guna membangun kepuasan pelanggan, sehingga penyedia jasa memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan *issue sentral* bagi sebuah perusahaan. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen perusahaan harus dapat berupaya memperbaiki kualitas pelayanan (*service quality*) yang mereka berikan. Dimana hal tersebut adalah komponen inti dan merupakan prioritas utama dari strategi usaha yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan..

Dalam sebuah penyedia pelayanan jasa, konsumen sangat memegang peranan sangat penting bahkan sangat dominan dibanding unsur yang lain. hal ini karena suatu layanan dikatakan berkualitas haruslah berdasarkan pada arti kualitas yang di definisikan oleh konsumen itu sendiri. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan suka atau kecewanya seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara persepsi atas kinerja produk dengan harapannya (Kotler & Armstrong, 1997)

Namun dalam kenyataannya, untuk dapat mendefinisikan apa yang menjadi keinginan konsumen tidaklah semudah seperti apa yang dibayangkan. Banyak kendala yang menghadang, seperti rendahnya respon dari konsumen dalam membantu perusahaan dalam pencarian keinginan konsumen, kurang efektifnya alat yang di gunakan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen.

Dalam hal ini, dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, pihak Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret juga melibatkan partisipasi pelanggannya. Usaha yang dilakukan

adalah dengan menggali apa yang menjadi keinginan pelanggannya. Adapun cara yang selamaini dilakukan adalah dengan menyediakan kotak saran bagi pelanggan dan pengunjung pengguna jasa layanan servis nya.

Namun pada kenyataannya, penyediaan kotak saran ini kurang mendapatkan respon yang baik dari para konsumen, sehingga hal ini merupakan kendala bagi pihak Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret untuk bisa mengetahui keinginan keinginan para konsumen.

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih. Adapun cara untuk mendapatkan umpan balik disini adalah dengan akan dilakukannya penerapan sistem keluhan dan saran atau dengan survey kepuasan pelanggan sehingga tingkat kepuasan pelanggan dapat segera di ambil dan ditentukan solusi yang terbaik.

Dari uraian diatas, penulis bermaksud dapat merealisasikan penelitian mengenai “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WONOKROMO HONDA AHASS SERVIS MOTOR JALAN PLERET**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret terhadap layanan servis yang telah di terimanya selama ini ?
2. Bagaimanakah usulan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para pelanggan Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan pembatasan masalah untuk memfokuskan kajian yang dilaksanakan sehingga permasalahan yang diamati tidak menyimpang dari tema pokok permasalahan. Hal-hal yang menjadi batasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret
2. Data responden yang diambil adalah konsumen pengguna jasa pelayanan servis di Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret

3. Alat analisis yang digunakan adalah pendekatan SERVQUAL. Karena metode ini merupakan alat untuk mengukur kesenjangan atau gap antara persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan jasa
4. Dari 5 kesenjangan atau gap yang terjadi dalam SERVQUAL penelitian membahas gap kelima yaitu gap anatar persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan jasa di Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret
5. Dimansi kualitas yang di pakai adalah , Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan(*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Perhatian (*Emphaty*)

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya mempunyai tujuan yang hendak dicapai guna menghasilkan sesuatu yang diinginkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan eksternal terhadap layanan kualitas yang telah dirasakan selama ini
2. Memberikan usulan perbaikan pelayanan pada Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret

1.5 Mafaat penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat .adapun diantara nya manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Diharapkan dengan penelitian ini menambah wawasan pengetahuan mengenai pentingnya konsep *customer service oriented* sehingga dapat di terapkan dalam acuan dunia bisnis yang nyata.
2. Bagi perusahaan / instansi terkait
Memberikan masukan ataupun koreksi terhadap kinerja perusahaan dan variable manakah yang paling menentukan konsumen/ pelanggan dalam memilih untuk mengkonsumsi jasa Wonokromo Honda AHASS Service Jalan Pleret.

3. Bagi perusahaan/ instansi lain

Memberikan masukan kepada untuk memperhatikan masalah manajemen kualitas sebagai strategi bisnis berorientasi kepada kepuasan konsumen.

