

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Bisnis otomotif merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang termasuk berkembang dengan pesat walaupun banyak persaingan antara jasa service resmi maupun tidak. Hal ini karena pada dasarnya jasa servis merupakan salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat. Kebutuhan yang dimaksud adalah bagaimana sebuah alat transportasi dapat membantu setiap aktifitas yang dilakukan masyarakat, maka dari itu jasa service sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk merawat, maupun memperbaiki kendaraanya tersebut agar layak pakai. Oleh karena itu penyedia jasa lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan yang lebih baik yakni bagaimana cara menumbuhkan konsumen yang puas atas jasa yang diberikan kearah konsumen yang loyal.

Ahass Myx Jaya Motor Ponorogo merupakan dealer resmi Honda yang bergerak dibidang otomotif. Dalam usahanya tidak hanya menyediakan berupa jasa perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor saja namun juga menyediakan *spare part* original yang merupakan kebutuhan utama konsumen pemilik kendaraan bermotor, hal ini membuat perusahaan tersebut menjadi perusahaan penyedia produk berupa barang dan jasa yang pada akhirnya menimbulkan tugas ganda berupa kewajiban memberikan jasa pelayanan perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor sekaligus

menyediakan produk berupa *spare part*, oli motor dan lain-lain. Dengan adanya tugas ganda tersebut maka perusahaan dituntut mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik sehingga tidak hanya menciptakan kepuasan konsumen namun juga menciptakan loyalitas konsumennya.

Kualitas layanan telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang baik pelanggan maupun produsen. Menurut Parasuraman (1985), pengertian kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata (*actual performance*) yang mereka terima. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* (jasa yang diharapkan) dan *perceived service* (jasa yang diterima). Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*service quality*). Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et al. yang dikenal sebagai SERVQUAL (Kotler dan Keller, 2007:56), sebagai berikut :

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*Empathy*)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu usaha sangat penting yang dilakukan suatu usaha jasa yang bergerak dalam bidang otomotif karena kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa nyaman diservis tersebut, tetapi jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk tentunya akan membuat pelanggan tidak merasa nyaman dan malas untuk datang ke tempat jasa servis tersebut. Karena kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan menarik dan dapat mempertahankan pelanggannya tersebut.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dari konsep tersebut kita tahu bahwa menjadi penting sebuah perusahaan untuk menunjukkan kinerja yang baik kepada konsumennya sehingga menciptakan sebuah kepuasan, dan dari hal tersebut perusahaan memiliki dua perkara yang harus diantisipasi, yaitu apa yang diinginkan oleh konsumen dan apa yang telah diberikan perusahaan oleh konsumen. Dengan mengetahui dua hal tersebut perusahaan dapat menentukan langkah selanjutnya dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen, kemudian mengevaluasi kinerjanya sehingga dapat meraih umpan balik dari konsumen berupa kepuasan konsumen.

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam

pengalaman dan penilaian jasa dari perusahaan, karena kepuasan pelanggan tumbuh secara dinamis dan berkembang sepanjang waktu.

Loyalitas pelanggan adalah tujuan utama perusahaan dari sebuah upaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, dengan memberikan nilai lebih kepada konsumen diharapkan seorang konsumen tidak hanya melakukan pengulangan bertransaksi namun juga memberikan rekomendasi kepada kerabat dekatnya sehingga menjadi sebuah efek berkesinambungan yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan telah disadari sejak lama oleh para pelaku bisnis karena manfaat loyalitas pelanggan memberikan kontribusi secara langsung terhadap profitabilitas dan eksistensi perusahaan, namun seiring semakin banyaknya kompetitor yang memiliki jenis usaha yang serupa ditambah dengan keinginan pelanggan yang beraneka ragam maka diperlukan sebuah pemahaman tentang kualitas seperti apa yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan serta dapat memenuhi kebutuhan diinginkan pelanggan.

Dari berbagai uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli

ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/ jasa tersebut.

Dengan kesadaran akan pentingnya usaha menciptakan loyalitas konsumen maka sebuah perusahaan tidak henti-hentinya melakukan upaya pemuasan kebutuhan konsumen, karena dalam perkembangannya jumlah pelanggan Myx Jaya Motor Ponorogo mengalami naik turun seiring dengan ketatnya persaingan. Adanya penurunan konsumen jasa service tersebut, maka pihak penyedia jasa dalam hal ini Myx Jaya Motor Ponorogo harus mengevaluasi kembali terhadap kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan puas dan akhirnya loyal terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti berinisiatif untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan AHASS 08329 Myx Jaya Motor Ponorogo”**.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Merupakan tambahan pengetahuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengembangkan kebijaksanaan terutama yang berhubungan dengan pelayanan dan kinerja karyawan atau mekanik terhadap pelanggan.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan atau menambah pembedaharaan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar perpustakaan dikampus.

