

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era perekonomian modern dan globalisasi, persaingan bisnis semakin bertambah sangat ketat. Persaingan yang semakin hari bertambah ketat menuntut para pelaku bisnis untuk dapat meningkatkan kinerja agar dapat bersaing. Kinerja pada produk jasa ditentukan dari kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono (2011), kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan dan kenyamanan pelanggan sebagai kunci utama sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas layanan. Saat pelanggan merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung pelanggan tersebut pasti akan kembali lagi untuk menikmati pelayanan jasa yang diberikan. Pelanggan yang puas, maka akan merekomendasikan kepada teman, saudara, dan teman kerja. Hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah memenuhi harapan pelanggan sehingga dia akan loyal kepada penyedia jasa tersebut.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu ukuran dari sebuah prestasi perusahaan, terutama bagi pekerja yang langsung melakukan kontak dengan konsumen. Kepuasan merupakan hasil dari sebuah penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan

menggunakan suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan membeli dan menggunakan produk/jasa. Memang tidak mudah untuk memberikan pelayanan yang terbaik, banyak faktor seperti sikap pola pikir konsumen yang kita tidak bisa tebak, hal itu yang tidak bisa dipastikan apalagi di Indonesia terdiri dari berbagai macam suku dan budaya yang menyebabkan keberagaman sikap dari para konsumen.

Kepuasan konsumen juga merupakan aspek yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi keuangan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Karena konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan akan kembali membeli atau menggunakan layanan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali.

Para pelaku bisnis harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan para pelanggan. Memuaskan pelanggan merupakan prioritas dari pelayanan jasa, sebab rasa ke tidak puasan pelanggan pasti akan menyebabkan pelanggan pergi dan beralih ke perusahaan yang menjadi pesaing bisnis. Semakin banyak pelanggan yang beralih menjadi pelanggan perusahaan pesaing, maka dapat dipastikan bahwa pendapatan perusahaan akan menurun bahkan bisa bangkrut. Keberhasilan pelayanan yang berkualitas ditentukan oleh evaluasi pelanggan, karena kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila

perusahaan memberikan kualitas yang dapat diterima baik seluruh pelanggan yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Panjaitan (2016) variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan dan Rohaeni (2018) hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil yang cukup besar dan signifikan pengaruhnya, sehingga mengandung makna bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Apabila sebuah perusahaan memberikan jasa yang berkualitas baik, maka dapat dipastikan mampu memenuhi ekspektasi dari harapan pelanggan dan dapat memberikan nilai tambah yang maksimal untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibandingkan dengan para kompetitor sejenis yang ada. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kepuasan pada pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas.

Selain itu, harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Marpaung (2021). Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan besarnya keterkaitan variabel harga terhadap kepuasan pelanggan memperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 86,2% dan Khairusy (2020) berdasarkan hasil nilai t hitung untuk harga (X_1) sebesar 7.075 dan t tabel sebesar 1,985 sehingga di dapat t hitung $>$ dari t table yaitu ($7.075 > 1,985$), yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga harus disesuaikan dengan daya beli konsumen, agar konsumen dapat membeli atau menggunakan jasa tersebut. Menurut Buchari Alma (2013) harga adalah sejumlah uang yang

dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga sangat menentukan kepuasan konsumen karena besarnya biaya perbaikan berkaitan dengan pendapatan yang dimiliki oleh konsumen. Karena harga termasuk unsur yang memberikan pendapatan bagi bengkel maka dengan begitu penetapan harga akan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa servis di bengkel tersebut.

Perusahaan harus tepat dalam menentukan lokasi yang digunakan sebagai kegiatan usaha, karena dengan lokasi yang strategis akan membuat konsumen merasa nyaman dan puas (Lie dkk, 2021), hasil pengujian hipotesis menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Baravi Pematang siantar secara parsial. Penelitian Wiguna (2022) menyimpulkan bahwa lokasi sangat mempengaruhi konsumen untuk terus mengunjungi Warung Patra (Warpat). Lokasi yang bertempat dikeramaian dan dekat dengan pusat kota dan Pendidikan menjadi nilai tambah bagi kepuasan konsumen. Menurut Suryana (2013) lokasi merupakan salah satu hal yang berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian, dengan tempat yang strategis, nyaman dan efisien agar menjadi peluang bisnis perusahaan itu sendiri.

Lokasi bisa memasarkan dan mempromosikan diri sendiri. Lokasi yang baik adalah yang dekat dengan akses jalan besar dan dapat menarik konsumen ketika sedang lewat pada bengkel tersebut. Sebelum seseorang memutuskan untuk menggunakan layanan jasa servis, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi. Konsumen akan merasa lebih puas apabila

lokasi tempat bengkel servis berada strategis, karena untuk mendapatkan pelayanan jasa konsumen tidak akan merasa kesulitan.

Demikian pula pada usaha bengkel, menuntut para pelaku bisnis bengkel untuk lebih giat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Persaingan ini dirasa semakin ketat ditandai dengan makin banyaknya pengguna sepeda motor yang hal ini memicu banyaknya bengkel baru bermunculan. Bengkel sepeda motor umum lebih digemari dari pada layanan servis resmi karena harga yang relatif terjangkau. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun juga beraneka macam. Hal ini menjadi ciri dan keunggulan tersendiri. Selain itu, perusahaan sektor jasa servis motor juga terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan pelanggan dan juga menjaring pelanggan baru dengan pelayanan yang maksimal diharapkan pelanggan baru dapat merasakan kualitas dari pelayanan yang dilakukan oleh para mekanik sehingga dapat menjadikan bengkel ini sebagai tempat servis langganan. Sebagaimana pada Bengkel Mili Klinik Motor bertempat pada sebuah jalan yang terhubung langsung dengan jalan Provinsi. Demi mengutamakan kenyamanan konsumen pihak Bengkel Mili Klinik Motor menyediakan ruang tunggu secara langsung bisa melihat sepeda motor yang diservis, dan agar tidak bosan diberikan fasilitas tv sebagai hiburan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian “ **PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL MILI KLINIK MOTOR CABANG KEDIRI**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan penelitian adalah :

1. Bagaimana deskripsi lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor ?
2. Apakah lokasi, harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor ?
3. Manakah diantara lokasi, harga dan kualitas pelayanan paling mempengaruhi kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan lokasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor
2. Untuk menganalisis lokasi, harga dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor
3. Untuk menganalisis diantara lokasi, harga dan kualitas pelayanan paling mempengaruhi kepuasan konsumen Bengkel Mili Klinik Motor

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperluas pola pikir, memberikan kontribusi dan pemahaman mengenai lokasi, harga, dan kualitas pelayanan yang dapat menarik pelanggan serta dapat dijadikan sebagai informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi atau masukan dengan berupa bahan pertimbangan bagi para perusahaan penyedia layanan jasa dalam penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan pelayanan yang baik.