

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kepemilikan kendaraan bermotor berkembang semakin cepat, hal ini dapat dilihat dari jumlah motor yang beroperasi di jalanan, dan banyaknya peminat sepeda motor dikarenakan harga sepeda motor yang tidak terlalu melambung tinggi ditambah dengan dapat dibeli secara kredit. Hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan pembiayaan kendaraan (*leasing*) untuk mendapatkan keuntungan dari semakin meningkatnya penjualan sepeda motor di kota Madiun. Namun perusahaan pembiayaan kendaraan bermotor tidak semudah itu untuk memanfaatkan kesempatan seperti ini, dikarenakan banyaknya pesaing perusahaan *leasing* lain yang juga tumbuh dan berkembang dengan sama cepatnya. Perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang yang semakin padat dengan usaha keras untuk mendapat calon konsumen dan mempertahankan pelanggan yang dimilikinya. Salah satu keberhasilan usaha tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen sebab kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen untuk melakukan pengulangan dalam mepergunakan produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan menjadi titik sentral bagi perusahaan jasa karena dapat digunakan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) (Parasuraman, 1988). Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta konsumen memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2006), kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh konsumen, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan pembiayaan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak

efektif dan tidak efisien. Ketika konsumen merasa puas atas pelayanan yang didapatkan, maka besar kemungkinan mereka akan loyal dan kembali menggunakan jasa perusahaan pembiayaan tersebut. Perusahaan yang bergerak dibidang pembiayaan dan memiliki pesaing yang cukup banyak, maka dari itu perusahaan di tuntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan konsumen dapat terjaga dan dapat menambah kepercayaan serta kepuasan para konsumen terhadap perusahaan, sehingga nama perusahaan juga akan ikut meningkat pula, dan akan berdampak pada meningkatnya jumlah konsumen di masa-masa yang akan datang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Yuliarmi dan Putu Riyasa (2007), dalam hal ini perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti dengan tujuan untuk mengeneralisasi pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen, jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas baik. sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya. Dari penelitian Yuliarmi dan Riyasa (2007) ditemukan secara simultan dimensi kualitas jasa yang meliputi keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan secara parsial hanya dimensi keandalan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian dan latar belakang maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang kepuasan konsumen dan dalam penelitian ini penulis mengambil judul: Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?
2. Apakah keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?
4. Apakah jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?
5. Apakah empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?
6. Apakah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menguji tingkat signifikansi pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.
2. Menguji tingkat signifikansi pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.

3. Menguji tingkat signifikansi pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.
4. Menguji tingkat signifikansi pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.
5. Menguji tingkat signifikansi pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.
6. Menguji tingkat signifikansi pengaruh secara simultan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen di PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi PT Adira Dinamika Multi Finance

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi PT Adira Dinamika Multi Finance Madiun untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan (peneliti, pengajar) terutama dalam teori kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Guna memperoleh pemahaman secara keseluruhan mengenai deskripsi dalam penelitian ini maka peneliti membuat sebuah sistematika penulisan, adapun sistematika penulisannya sebagai berikut.

**Bab I**      **Pendahuluan**

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II**      **Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Dalam bab dua peneliti membahas tentang telaah teori, hipotesis dan kerangka pemikiran teoritis.

**Bab III**      **Metoda Penelitian**

Bab tiga mendeskripsikan tentang desain penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data variable, dan teknik analisis data.

**BAB IV**      **Analisis Data dan Pembahasan**

Hasil Penelitian dan pembahasan berisi penyajian data, analisis data, pegujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian.

**BAB V**      **Simpulan dan Saran**

Berisi tentang simpulan dan saran berdasarkan analisis data.