BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Kualitas menuntut tingkat kesesuaian produk terhadap tuntutan atau persyaratan, dalam hal ini persyaratan konsumen, bukan persyaratan perusahaan. Persyaratan konsumen lebih diutamakan untuk dipenuhi karena tujuan perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kualitas pada layanan memiliki kontribusi yang besar dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk tetap setia kepada perusahaan. Kesetiaan konsumen ini diwujudkan dalam tindakan membeli ulang produk layanan perusahaan. Pada akhirnya terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara konsumen dan perusahaan, yaitu konsumen mendapatkan produk layanan yang memuaskan kebutuhannya dan perusahaan mendapatkan keuntungan finansial.

Bengkel Niki Mora Madiun merupakan bengkel dan dealer resmi Yamaha yang menjual sepeda motor, *service* sepeda motor, dan penjualan *spare part* sepeda motor berusaha menciptakan layanan berkualitas untuk menciptakan kesetiaan konsumen. Penciptaan kualitas tersebut ditunjukkan melalui sikap pimpinan bengkel beserta bawahannya (mekanik sepeda motor,

admin, *sales counter*) yang bekerjasama untuk meningkatkan pelayanan secara maksimal demi menciptakan kepuasan konsumen. Penciptaan kualitas tersebut diwujudkan melalui pengaturan tata ruangan secara menarik dan menjaga kerapian serta kebersihan ruangan dan peralatan. Bengkel juga menyediakan ruang tunggu yang rapi, bersih, juga disediakan televisi, air mineral secara gratis, dan majalah-majalah, agar konsumen nyaman selama menunggu sepeda motor diperbaiki.

Bengkel Niki Mora Madiun memiliki karyawan yang kompeten pada bidangnya. Semua mekanik dilatih agar memiliki peningkatan ketrampilan dalam memperbaiki sepeda motor. Demikian juga *sales counter* dilatih agar mampu memberikan pelayanan ramah dan menarik. Semua karyawan bengkel berusaha memberikan layanan yang sama baiknya kepada semua konsumen. Karyawan juga menggunakan seragam untuk semakin mempertegas profesionalitas mereka dalam membangun kepercayaan dan keyakinan konsumennya. Selain memiliki karyawan yang mampu untuk memperbaiki sepeda motor dengan cepat dan benar, Niki Mora Madiun juga menyediakan jaminan bila terjadi kerusakan akibat kesalahan mekanik. Kualitas layanan yang dilakukan oleh Niki Mora Madiun bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penciptaan layanan yang berkualitas pada Niki Mora Madiun ini menarik untuk dibuktikan melalui penelitian apakah layanan yang diberikan oleh perusahaan sudah menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan

terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007). Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch dan Davis, 1994 dalam Tjiptono dan Chandra, 2007:110). Lewis dan Booms, 1983 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2007:121), menegaskan bahwa kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan / dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman *et al.*, 1985). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service,* maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service,* maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Zeithaml dan Bitner, 1996 (dalam Hidayat, 2009) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima dimensi *Service Quality* (kualitas layanan) menurut Parasuraman *et al.*, (1988)

dalam Tjiptono dan Chandra, (2007) yang meliputi, (1) *tangible* adalah bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan, (2) *reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati, (3) *responsiveness* yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat, (4) *assurance* yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen, (5) *empathy* yaitu perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Penelitian kualitas layanan banyak dilakukan diberbagai bidang. Hidayat (2009) meneliti layanan kualitas di Bank Mandiri di Jawa Timur (di kantor-kantor cabang utama), hasilnya kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang diberikan Bank Mandiri di Jawa Timur khususnya di kantor-kantor cabang utama berusaha untuk memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan kualitas bank. Griselda dan Panjaitan (2007) meneliti layanan kualitas di Restoran

Pulau Dua, hasilnya kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang ada di Restoran Pulau Dua sudah baik, terbukti Restoran Pulau Dua menjadi restoran skala besar dan memiliki penjualan cukup besar serta cukup stabil dari tahun ke tahun. Tetapi kualitas layanan ini akan tetap diperbarui agar bisa menjaga kepuasan konsumen.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian Hidayat (2009). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hidayat (2009) adalah pada populasinya. Penelitian Hidayat (2009) menggunakan populasi nasabah Bank Mandiri di Jawa Timur, sedangkan penelitian ini menggunakan populasi konsumen yang melakukan *service* sepeda motor di Bengkel Niki Mora Madiun. Usaha perbaikan layanan *service* khususnya dari Bengkel Niki Mora Madiun perlu diuji apakah benar-benar sudah berjalan dengan baik. Usaha perbaikan kualitas layanan Bengkel Niki Mora Madiun harus dibuktikan pengaruhnya pada tanggapan kepuasan konsumen. Hal ini menjadi alasan dilakukannya pemilihan populasi pada konsumen *service* sepeda motor di Bengkel Niki Mora Madiun. Berdasarkan latar belakang sebelumnya maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan mengambil judul **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Service* Sepeda Motor Bengkel Niki Mora Madiun.**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Apakah kualitas layanan jasa yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *service* sepeda motor Bengkel Niki Mora Madiun?
2. Apakah kualitas layanan jasa yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *service* sepeda motor Bengkel Niki Mora Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut ini.

1. Menguji signifikansi pengaruh positif kualitas layanan yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara parsial terhadap kepuasan konsumen *service* sepeda motor Bengkel Niki Mora Madiun.
2. Menguji signifikansi pengaruh secara simultan kualitas layanan yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan konsumen *service* sepeda motor Bengkel Niki Mora Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Bagi bengkel, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami hubungan antara variabel-variabel kualitas layanan, dan memperhitungkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, sehingga pengelola dapat mengembangkan kualitas layanan bengkel sesuai dengan kebutuhan setiap konsumen.
2. Bagi peneliti di bidang kepuasan konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian; rumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; serta sistematika penulisan laporan skripsi.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian; hipotesis; dan rerangka pemikiran dari penelitian.

Bab III : METODA PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain atau ruang lingkup penelitian dan jenis penelitian yang dilakukan; populasi; sampel dan teknik pengambilan sampel; variabel penelitian dan definisi operasional variabel; lokasi dan waktu penelitian; data dan prosedur pengumpulan data; serta teknik analisis data.

Bab IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data penelitian; hasil penelitian; dan pembahasannya.

Bab V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan dan saran dari hasil penelitian terhadap pengembangan teori maupun dalam praktik.