

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan yang terjadi di antara sekian banyak perusahaan.

Sekarang ini semakin banyak perusahaan berkembang, maka persaingan pun akan semakin menjadi lebih ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diperhatikan dan di prioritaskan adalah kepuasan, supaya pelanggan dapat bertahan, dapat bersaing dengan pesaing yang lain dan dapat menguasai pangsa pasar. Dalam keadaan seperti ini, salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan meningkatkan pelayanan sebaik mungkin, serta memberikan kinerja yang semaksimal mungkin sehingga konsumen akan merasa puas dan perusahaan akan tetap bertahan.

Menurut Parasuraman, dkk (1911) dalam rangkuti (2006) terdapat lima dimensi kualitas pelayan meliputi kendala (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) ,empati (*empathy*) dan berwujud (*tangibles*), Subroto dan Nasution (2001) dalam Julita (2001) menyatakan kelima

dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan faktor fisik secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini juga dikemukakan dalam studi mengenai SERQUAL oleh Parasuraman bahwa tingkat kepuasan secara keseluruhan dipengaruhi oleh kepuasan terhadap kelima faktor atau dimensi kualitas pelayanan tersebut, yaitu bukti langsung (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), kepedulian (empathy) dan jaminan (assurance).

Kehandalan (reliability) mencerminkan kredibilitas perusahaan dan konsistensi dari kinerja perusahaan. Perusahaan yang dapat diandalkan dan memiliki kemampuan tentunya dapat menjadi keunggulan di benak pelanggan, dan melalui pelayanan yang baik, meyakinkan dan akurat tentunya dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kehandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. Daya tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk merespon keinginan atau kebutuhan pelanggan dipenuhi secara tepat oleh perusahaan maka tentu saja pelanggan akan semakin puas. Daya tanggap sangat berpengaruh sekali dalam menciptakan kepuasan pelanggan, hal ini dapat tercipta dalam pelayanan yang cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan atau permasalahan pelanggan. Jaminan (assurance) adalah salah satu dimensi yang tingkat kepuasannya tinggi karena para karyawan selalu konsisten bersikap sopan kepada pelanggan. Menurut Zeithaml & Bitner (2003) dalam Tjiptono & Chandra (2005) jaminan dapat diwujudkan melalui karyawan yang berpengetahuan luas, terlatih dan terpercaya. Empati (*empathy*) adalah kemampuan perusahaan memberikan perhatian dan kepedulian pada masalah yang

dihadapi pelanggan . Empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor publik ,karena empati merefleksikan kemampuan para karyawan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. pelayanan konsumen dan kualitas konsumen merupakan fokus dari strategi pemasaran dan pada tingkat yang lebih tinggi lagi, akan mempunyai arti yang lebih khusus bagi suatu organisasi untuk mencapai *competitiveness advantage*.

Bengkel PT GRAHA SERVICE INDONESIA mempunyai peluang dan tantangan seperti service center pada umumnya . Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan PT GRAHA SERVICE INDONESIA dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan . Jika pelanggan ,merasa puas , maka pelanggan akan kembali lagi ke bengkel PT GRAHA SERVICE INDONESIA dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain , sehingga jumlah pelanggan PT GRAHA SERVICE INDONESIA akan bertambah . Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas , maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasan tersebut kepada pihak service center PT GRAHA SERVICE INDONESIA.

Ketidakpuasan pelanggan atau keluhan pelanggan adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan , justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan pelanggan . Dengan kondisi tersebut , perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan .Mengenali kekecewaan atau keluhan pelanggan secara dini adalah suatu sikap bijaksana yang harus dilakukan perusahaan . Dengan demikian , Perusahaan segera dapat mengantisipasi hal – hal

yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan .

Tidak semua keluhan pelanggan terungkap dengan jelas . keluhan tersebut ada yang berdampak langsung ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan ,sehingga kemampuan mendeteksi keluhan pelanggan harus dimiliki oleh perusahaan .

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan study kasus pada PT Graha Service Indonesia Cabang Yogyakarta”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut penjualan dari tahun ke tahun dan diterimannya data keluhan – keluhan dari pelanggan merupakan masalah yang dihadapi pihak service center PT GRAHA SERVICE INDONESIA . Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan , harga dan lokasi agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali . Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan –pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA ?
2. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA ?

3. Apakah garansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA ?
4. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA ?
5. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA?
6. Apakah keandalan, bukti fisik, garansi, daya tanggap, dan empati secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Kualitas pelayanan ditinjau dari 5 unsur , yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) , empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*)
2. Obyek penelitian yang digunakan adalah pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA
3. Periode pengamatan yaitu pada tahun 2019

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah , maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA.

2. Untuk mengetahui pengaruh faktor bukti fisik (*Itangibles*) terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor garansi (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA .
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA.
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA.
6. Untuk mengetahui apakah pengaruh faktor keandalan bukti fisik, garansi, daya tanggap, dan empati secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan *service center* PT GRAHA SERVICE INDONESIA.

#### **1.4.2 Manfaat penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai masukan bagi PT GRAHA SERVICE INDONESIA , mengenai fakor- faktor yang mempengaruhi kepuasan

pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang

2. Penelitian ini juga berguna para perusahaan – perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya
3. Sebagai bahan masukan atau rambahan pengetahuan bagi rekan – rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika merupakan gambaran singkat dan secara menyeluruh dari suatu karya ilmiah ,dalam hal ini skripsi . Sistematika ini bertujuan untuk membantu pembaca agar dapat dengan mudah memahami isi dari suatu karya ilmiah . Adapun gambaran lebih jelas mengenai skripsi ini akan diuraikan dalam sistematika berikut:

### **1.5.1 BAB 1 PENDAHULUAN**

Merupakan uraian yang berisi latar belakang penelitian , rumusan masalah , tujuan dan kegunaan penelitian , serta sistematika penulisan

### **1.5.2 BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam telah pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisi penelitian ,antara lain definisi dari konsep pemasaran ,definisi jasa, kualitas pelayanan jasa, dimensi kualitas pelayanan jasa , harapan pelanggan , kepuasan pelanggan , penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis .

### **1.5.3 BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan variable penelitian dan defenisi operasional variable, populasi dan sampel ,jenis dan sumber data ,metode pengumpulan data ,serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

### **1.5.4 BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menguraikan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian ,analisis data dan interpretasi atas hasil pengolahan data .

### **5.1 BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi simpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran kepada pihak –pihak terkait mengenai dar hasil penelitian yang telah dilakukan.