

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Mendirikan suatu perusahaan apapun bentuknya bukanlah merupakan suatu pekerjaan yang mudah, sehingga untuk memelihara, mempertahankan agar tetap eksis, bahkan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan merupakan pekerjaan yang jauh lebih berat. Tingginya tingkat persaingan dewasa ini mendorong perusahaan untuk semakin inovatif dan harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Pasang surut perusahaan tersebut seringkali terjadi seiring dengan perubahan kondisi lingkungannya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif penjualan Sepeda Motor seperti Dealer juga tidak terlepas dari persaingan, yaitu dengan munculnya pesaing-pesaing dalam bidang penjualan sepeda motor yang sama, itu merupakan ancaman bagi perusahaan penjualan yang bersangkutan. Saat ini usaha penjualan sepeda motor mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring majunya masyarakat, makin terbuka dan berkembangnya kesadaran masyarakat akan arti pentingnya alat transportasi bagi kehidupan sehari-hari. dengan adanya pesaing-pesaing dalam bidang penjualan sepeda motor yang sama, maka diperlukan strategi keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut dapat dilakukan dengan cara perusahaan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen yaitu pelayanan,

Menurut Kotler, 1994 (dalam Fandy Tjiptono,2000:6) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun,kualitas pelayanan pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Karena konsumen tidak hanya sekedar membeli produk melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu memfokuskan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan sesuai dengan yang dijanjikan dan berhubungan dengan kinerja yang terkait, mampu untuk membantu konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan kepercayaan tentang keamanan dan kualitas Produk dalam memberikan perhatian atas keluhan Konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian serta mencakup fasilitas, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi atau dengan kata lain, sebagai penilaian atas sejauh mana suatu pelayanan itu sendiri sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan kepada konsumen. Apabila perusahaan mampu memenuhi keinginan Konsumen tersebut, tentunya akan tercapai apa yang disebut sebagai kepuasan konsumen, dimana kepuasan yang dirasakan akan dapat menimbulkan respon positif bagi perusahaan berupa loyalitas konsumen

yaitu terjadinya pembelian ulang dan membuat konsumen yang lain agar membeli produk yang sama dari perusahaan tersebut. Keuntungan lain akan diperoleh perusahaan yaitu melalui penyebaran informasi positif dari satu konsumen kepada konsumen yang lain, dan reputasi perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan yang baik, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut akan ditinggalkan oleh para pelanggannya, karena mereka merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan sehingga akan timbul kesan yang buruk terhadap perusahaan di mata konsumen yang tentunya hal tersebut sangat berakibat negatif terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor merek Yamaha, perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya agar dapat membuat konsumen puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Dalam menghadapi persaingan dan keinginan dari konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, maka pada saat ini Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta dituntut untuk dapat mengedepankan kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan cara memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen, misal jika ada konsumen yang datang sebaiknya segera dilayani karena itu juga merupakan strategi perusahaan, dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik tersebut diharapkan tercapai kepuasan konsumen yang tentunya akan berdampak terhadap perkembangan Yamaha Sumber Baru Motor di masa mendatang.

Dari uraian di atas jelaslah bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan penting bagi keberadaan perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan, khususnya bagi perusahaan penjualan sepeda motor. Karena di masa yang akan datang, usaha ini akan memiliki potensi bagus mengingat bahwa keinginan konsumen akan sepeda motor semakin meningkat. Disinilah pentingnya dealer untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Maka tidak salah apabila kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan pasti menjadi fokus utama dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan cita-citanya.

Loyalitas konsumen memiliki pengertian sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu produk atau jasa yang di presentasikan dalam pembelian yang konsisten sepanjang waktu. Menurut Kotler, Hayes dan Bloom (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa instansi perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. *Pertama*: Pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. *Kedua*: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. *Ketiga*: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. *Keempat*: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. *Kelima*: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. *Keenam*: pelanggan loyal akan selalu

membela institusi bahkan juga berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Pelanggan yang loyal akan menjadi hambatan masuk bagi para pesaing, memungkinkan ditetapkan harga premium, tersedianya waktu untuk menanggapi inovasi para pesaing serta menjadi benteng pelindung dari kemungkinan kompetisi harga. Selain itu loyalitas konsumen juga berdampak pula pada biaya pemasaran yang lebih efisien dimana biaya mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan menarik pelanggan baru seperti pernyataan di atas. Kualitas dan loyalitas konsumen berkaitan erat. memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan pasar dan perilaku konsumen yang cenderung berubah setiap saat maka semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pelayanan yang berkualitas lebih, semakin bertambahnya permintaan akan pelayanan yang lebih dewasa ini mendorong banyak perusahaan jasa khususnya dalam hal ini perusahaan otomotif Yamaha Sumber Baru Motor yang terletak di Jalan mangkubumi Yogyakarta berusaha memberikan kualitas yang diinginkan para konsumen.

Yamaha Sumber Baru motor merupakan salah satu alat pengusaha yang termasuk dalam usaha sarana otomotif yang menyediakan fasilitas dan pelayanan konsumen pada garis besarnya, perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Pesaing yang dihadapi oleh Yamaha Sumber Baru Motor bukan hanya dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas baru maupun bengkel bengkel resmi untuk tujuan jasa service di bidang otomotips.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menggunakan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Dealer Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Pemanfaatan mutu kualitas pelayanan pada perusahaan harus di dukung oleh kinerja dari pengelola perusahaan itu sendiri. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan

konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subyektivitas pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Menanggapi hal tersebut, maka peneliti dengan teori yang ada mencoba mengangkat permasalahan yang menjadi focus dalam penelitian ini, yaitu

1. Apakah dimensi *tangible* (bukti langsung) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
2. Apakah dimensi *reliability* (kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah dimensi kualitas pelayanan *assurance* (jaminan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah dimensi kualitas pelayanan *empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen?
6. Diantara variable kualitas *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati), variable manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalita konsumen?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian sangat penting diketahui supaya mencapai sasaran dari isu penelitian ini. Penelitian ini mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *tangibles* (bukti langsung), terhadap loyalitas konsumen.
2. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *reliability* (kehandalan), terhadap loyalitas konsumen.
3. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *responsiveness* (daya tanggap) terhadap loyalitas konsumen.
4. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *assurance* (jaminan) terhadap loyalitas konsumen.
5. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan *empathy* (empati) terhadap loyalitas konsumen.
6. Mengetahui variabel kualitas pelayanan meliputi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

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

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan supaya memberikan kontribusi untuk pengembangan jasa bidang otomotif secara teoritis maupun praktis

##### **1. Manfaat di bidang teoritis**

Secara teoritis hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris konsistensi dan memperkuat mamfaat yang perlu di sinkronisasikan. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman untuk penelitian dalam bidang jasa otomotif di masa mendatang dan sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang jasa.

##### **2. Manfaat di bidang praktik**

Secara praktik penelitian ini diharapkan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Manfaat lainnya adalah dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah untuk mengelola jasa otomotif dimasa yang akan datang secara efektif dan efisien.