

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis tidak akan pernah lepas dari kondisi yang disebut persaingan, untuk bisnis tunggal tidak akan luput dari permasalahan dan tantangan. Persaingan telah membawa manusia memiliki pola pikir baru dan akan terus berkembang sampai pada tingkatan yang sangat rumit. Sedikit orang yang mampu menciptakan paradigma baru dalam menyikapi sebuah persaingan, sehingga tindakan berbagai perusahaan cenderung terperangkap dalam satu konsep yang bahkan mengajak setiap orang untuk menjalankan suatu bisnis dengan jalan yang tidak sehat.

Semakin tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan untuk menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pelanggan merupakan sosok individu / kelompok yang mempunyai peranan penting bagi operasional perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan pelanggan mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasar, sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga jauh

lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler, 1997).

Penciptaan konsumen hingga sampai pada tahap loyal memerlukan pengorbanan yang tidak sedikit. Banyaknya atribut yang berperan dalam proses penciptaan kepuasan sangat mempengaruhinya, mulai saat kebutuhan dikenali hingga tahap evaluasi. Ciri khas yang paling terlihat dengan adanya loyalitas pelanggan adalah pembelian berulang terhadap produk. Proses membangun sebuah loyalitas diperlukan komitmen, persistensi, dan determinasi dari manajemen puncak hingga jajaran staf terbawah perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan memahami makna terdalam dari sebuah kepuasan.

Di era globalisasi sekarang ini kebutuhan akan sepeda motor dirasa sangat penting disamping kebutuhan pokok seperti sandang, papan, dan pangan. Banyak orang yang mulai menyadari bahwa sepeda motor merupakan alat transportasi yang sangat dibutuhkan untuk kehidupan kita sehari-hari. Setiap orang akan berusaha untuk memiliki sepeda motor agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Berangkat dari asumsi tersebut maka jumlah sepeda motor akan bertambah jumlahnya dari waktu ke waktu, kenyataan ini memberikan peluang bagi usaha jasa perbengkelan khususnya bengkel sepeda motor. Untuk meningkatkan citra dan mutunya di masyarakat, maka setiap bengkel senantiasa memberikan pelayanan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor yang terbaik bagi para pelanggannya. Hal semacam ini juga dilakukan oleh bengkel Perkasa Motor yang beralamatkan di Jl. Latiand S.

Parman Yogyakarta. Bengkel Perkasa Motor selalu berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggannya sehingga diharapkan pelanggan melakukan pembelian secara berulang ulang atas jasa yang ditawarkan, sehingga pelanggan akan mempercayakan perawatan dan perbaikan sepeda motornya serta pelanggan tidak menyesal memilih bengkel Perkasa Motor.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: "Pengaruh Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Perkasa Motor Yogyakarta)".

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu meluas dari akar permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut: faktor-faktor kepuasan pelanggan yang diteliti adalah: *reliability* (keandalan), *response to remedy of problem* (respon dan pemecahan masalah), *employees experience* (pengalaman karyawan), dan *convenience of acquisition* (kemudahan dan kenyamanan). Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *reliability*, *response to remedy of problem*, *employees experience* dan *convenience of acquisition* secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Apakah *reliability* (keandalan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah *response to remedy of problem* (respon dan pemecahan masalah) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

4. Apakah *employees experience* (pengalaman karyawan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah *convenience of acquisition* (kemudahan dan kenyamanan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *reliability*, *response to remedy of problem*, *employees experience* dan *convenience of acquisition* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *response to remedy of problem* (respon dan pemecahan masalah) terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh *employees experience* (pengalaman karyawan) terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk menganalisis pengaruh *convenience of acquisition* (kemudahan dan kenyamanan) terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Bengkel Perkasa Motor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen untuk mengevaluasi keberhasilan dalam mengelola bengkel menghadapi persaingan yang makin ketat dan agresif, terutama terkait dengan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam keyakinan peneliti tentang teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan membandingkannya dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.