BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepeda motor ialah sarana untuk transportasi yang umum dipergunakan oleh mayoritas penduduk di Negara Indonesia. Jumlah dari pengguna kendaraan bermotor mengalami peningkatan yang banyak yang memerlukan sarana guna memperbaiki ataupun merawat kendaraan supaya masih sesuai untuk dipergunakan, tetap baik dan juga di kemudian hari memiliki daya jual yang tetap tinggi. Potensi peluang semacam ini menyebabkan persaingan yang tinggi yang terjadi antara bengkel, khususnya untuk dealer perusahaan resmi yang melaksanakan kooperatif terhadap merek sepeda motor tertentu yang melaksanakan persaingan dalam memperoleh pelanggan pengguna jasa dealer.

PT Dwi Karya Sartika merupakan bengkel resmi sepeda motor merek Honda. Perusahaan ini terletak di JL.Gaperta no.234 B Kec.Medan Helvetia.Selain melakukan *service* sepeda motor, PT. Dwi Karya Sartika juga menjual suku cadang asli Honda dengan berbagai merek. PT Dwi Karya Sartika merupakan salah satu perusahaan jasa yang lebih mengutamakan mutu pelayanan yang bagus guna membuat puas keperluan dari pengguna jasa supaya dapat mencapai target dan tujuan perusahaan.

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan yang didapatkan pelanggan, diantaranya ialah lokasi, kualitas pelayanan dan juga harga itu sendiri. Hal ini sejalan terhadap hasil dari pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan Firdiyansyah (2017). Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan terdapat beberapa fenomena yaitu kualitas pelayanan yang masih kurang maksimal di mana masih terdapat kritik dan saran dari konsumen. Pelayanan konsumen dinilai masih kurang sehingga konsumen yang ingin servis kendaraan kadang memerlukan waktu yang panjang dan untuk hasil yang didapatkan kadang tidak sesuai dengan keinginan dari pengguna layanan jasa. Untuk harga yang dijual, beberapa produknya relatif lebih tinggi dibandingkan bengkel-bengkel lain dikarenakan PT Dwi Karya Sartika (AHASS 17193) merupakan perusahaan resmi honda, sehingga produk yang dijual dijamin keasliannya oleh karena itu tidak sedikit konsumen yang tetap membeli produk langsung di AHASS 17193.

Merujuk pada pemaparan latar belakang fenomena dan masalah yang diuraikan tersebut di atas, dengan demikian memiliki ketertarikan untuk melaksanakan penelitian berkenaan dengan **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Dwi Karya Sartika"**

1.1.1. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian berkenaan dengan latar belakang masalah dari penelitian yang dikemukakan tersebut di atas, di dalam penelitian ini bisa dihasilkan permasalahan pokok berkenaan dengan rumusan masalah, yakni sebagaimana berikut

1. Bagaimana pengaruh dari variabel bebas dari kualitas pelayanan pada variabel terikat dari kepuasan pelanggan untuk PT. Dwi karya sartika?
2. Bagaimana pengaruh dari variabel bebas dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Dwi karya sartika ?

3. Bagaimana pengaruh dari variabel bebas dari lokasi pada variabel terikat dari kepuasan pelanggan untuk PT. Dwi karya sartika?
4. Bagaimana pengaruh dari variabel bebas dari kualitas pelayanan, variabel bebas harga, dan variabel bebas lokasi pada variabel terikat dari kepuasan pelanggan untuk PT. Dwi karya sartika?

1.1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini ialah sebagaimana di bawah ini:

1. Agar memahami besaran pengaruh yang dihasilkan oleh variabel bebas kualitas pelayanan pada variabel terikat kepuasan pelanggan yang ada di dalam PT. Dwi Karya Sartika.
2. Agar memahami besaran pengaruh yang dihasilkan oleh variabel bebas pengaruh harga pada variabel terikat kepuasan pelanggan yang ada di dalam PT. Dwi Karya Sartika.
3. Agar memahami besaran pengaruh yang dihasilkan oleh variabel bebas pengaruh lokasi pada variabel terikat kepuasan pelanggan yang ada di dalam PT. Dwi Karya Sartika.
4. Agar memahami besaran pengaruh yang dihasilkan oleh variabel bebas pengaruh kualitas pelayanan, harga, lokasi pada variabel terikat kepuasan pelanggan yang ada di dalam PT. Dwi Karya Sartika.

1.2 Landasan Teori

1.2.1. Teori pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Yuniarti (2015:233) menjelaskan bahwa konsumen akan merasakan kepuasan bilamana pelayanan atau servis yang diberikan oleh penyedia jasa dan produk dapat membuat senang perasaan dari para pengguna jasa.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Sudaryono (2016: 93) menjelaskan bahwa strategi menghasilkan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan ialah dengan memperhatikan dengan seksama keluhan yang dialami oleh pengguna jasa, berupaya menghasilkan layanan yang paling baik, menetapkan standar kinerja dan juga ukuran, memberikan hak dan juga perlindungan pada hak-hak dari para pegawai, melatih para pegawai supaya menghasilkan pelayanan yang baik.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012: 157) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ialah berkenaan dengan ukuran baik atau buruk tingkatan pelayanan yang dihasillkan tersebut sudah tepat dengan harapan dari para pengguna jasa.

1.2.2. Teori pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Abdurrahman (2015:109) menjelaskan bahwa harga memiliki sumbangsih pengaruh terhadap keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan secara langsung. Harga juga memiliki peranan pokok dalam menghasilkan nilai dari pengguna jasa serta membentuk keterhubungan terhadap pengguna jasa.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Hasan (2014:103) menjelaskan bahwa pelanggan memiliki kesediaan untuk melaksanakan pembayaran sejumlah harga yang lebih tinggi guna memperoleh kualitas dan pelayanan yang lebih bagus. Strategi yang lebih memfokuskan terhadap kepuasan yang didapatkan pengguna jasa ialah

pilihan yang paling baik dalam upaya untuk menjaga pengguna jasa terhadap produsen lain yang menyediakan biaya yang lebih kecil.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Sunyoto (2014:130) menjelaskan bahwa harga yang ditentukan tersebut terlalu tinggi atau justru terlalu murah pada barang dengan mutu tertentu, bilamana penerapan harga dari suatu produk tersebut terlalu tinggi namun tidak sejalan dengan mutu dari produk tersebut, dengan demikian pelanggan akan memilih opsi lain dalam membeli barang di kemudian hari.

1.2.3. Teori pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Fahmi (2014: 54) menjelaskan bahwa lokasi produksi memberikan pengaruh pada letak dari sebuah aktivitas produksi di tempat yang tepat terhadap cangkupan bisnis itu sendiri.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:345) menjelaskan bahwa lokasi ini merujuk pada beberapa aktivitas dari pemasaran yang berupaya untuk mempermudah dan memperlancar pengukuran dan pencapaian jasa dan barang yang berasal dari produsen pada pelanggan.

Merujuk pada uraian penjelasan yang dikemukakan oleh Sunyonto (2015:176) mengungkapkan bahwa lokasi strategis memberikan sumbangan pengaruh terhadap banyaknya calon konsumen, hal ini mengandung makna bahwa lokasi yang strategis akan mudah ditemui oleh calon pelanggan dan lokasi yang ramai dengan calon pelanggan untuk membeli atau mempergunakan jasa dan juga barang.

1.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

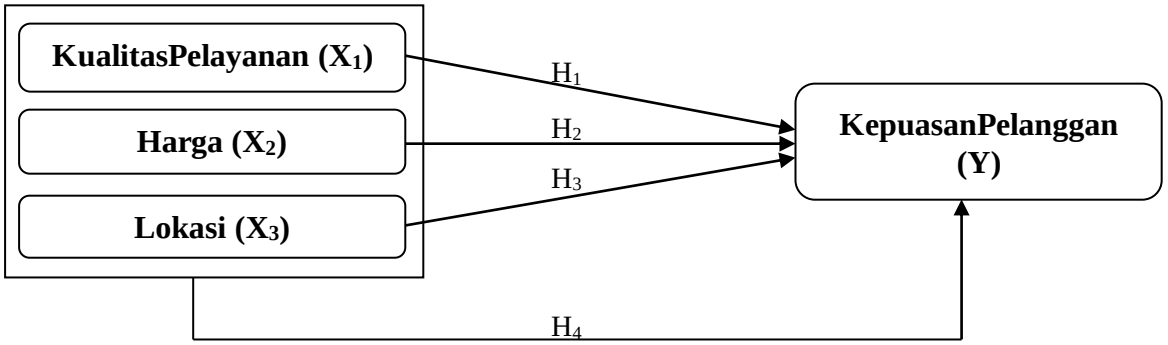
No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil
1	Firdiyansyah (2017)	Pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan, variabel bebas Harga, dan variabel bebas Lokasi pada Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam	X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Harga X_3 = Lokasi Y = Kepuasan Pelanggan	1. Kualitas dari suatu pelayanan memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 2. Harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 3. Lokasi memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 4. Lokasi, kualitas layanan dan juga harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa

2	Sakdiyah dan Budiyanto (2016)	Pengaruh dari variabel bebas Kualitas Pelayanan, variabel bebas Harga dan variabel bebas Lokasi pada variabel terikat Kepuasan Pelanggan Labatu SPA Batam	X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Harga X_3 = Lokasi Y = Kepuasan Pelanggan	1. Variabel bebas memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa. 2. Variabel bebas harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa. 3. Variabel bebas lokasi memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa. 4. Variabel bebas dari Lokasi, kualitas layanan dan juga harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa
3	Efnita (2017)	Pengaruh variabel bebas dari Variasi Produk, variabel bebas Kualitas Pelayanan, variabel bebas Harga serta variabel bebas Lokasi pada Kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan untuk Wedding Organizer Abstrak	X_1 = Variasi Produk X_2 = Kualitas pelayanan X_3 = Harga X_4 = Lokasi Y = Kepuasan Konsumen	1. Variabel bebas dari variasi produk memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 2. Variabel bebas dari kualitas layanan tidak memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 3. Variabel bebas dari harga memberikan tidak sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 4. Variabel bebas dari lokasi memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa 5. Variabel bebas dari lokasi, harga, kualitas pelayanan dan juga variasi produk memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pengguna jasa

Sumber: Data diolah, 2020

1.3.1. Kerangka Konseptual

Merujuk pada penelitian yang sudah dilaksanakan dan juga teori yang dikemukakan tersebut di atas, dengan demikian di dalam pelaksanaan penelitian ini dapat dihasilkan kerangka konseptual sebagaimana gambar di bawah ini:



Gambar I.1
Kerangka Konseptual

Merujuk pada kerangka konseptual yang disajikan tersebut di atas, dengan demikian bisa dihasilkan rumusan berkenaan dengan hipotesis penelitian sebagaimana di bawah ini:

H_1 : variabel bebas dari Kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan dari perusahaan PT. Dwi Karya Sartika.

H_2 : variabel bebas dari harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan dari perusahaan PT. Dwi Karya Sartika.

H_3 : variabel bebas dari lokasi memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan dari perusahaan PT. Dwi Karya Sartika.

H_4 : variabel bebas dari lokasi, kualitas pelayanan dan juga harga memberikan sumbangan pengaruh signifikan dan positif pada kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan dari perusahaan PT. Dwi Karya Sartika.