

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di Globalisasi , kepemilikan transportasi masyarakat sangatlah penting. Ada banyak pilihan dalam penggunaan sarana transportasi. Misalnya, pilihan untuk menggunakan atau menggunakan transportasi darat, laut atau udara. Penggunaan sepeda motor sebagai transportasi darat sangat mudah untuk digunakan. Sepeda motor ialah sekian banyak dari bentuk transportasi yang paling lebih dipergunakan oleh banyak orang karena dapat mempermudah dan mempercepat jarak untuk mencapai tujuan utamanya baik di dalam maupun di luar kota. Dunia bisnis berkembang pesat, dikarenakan dipergunakan ide kreatif dan inovatif. Sejalannya ide ini pemahaman akan pasar juga dikembangkan. Pelaksanaan pemasaran ini terfokus pada kebutuhan konsumen.

Hakikatnya segala keniatan yang dilakukan bermanfaat untuk mendapatkan laba, juga untuk kegiatan pemasaran. Pemasaran dilakukan untuk mencari dan memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya, untuk mencapai keberhasilan perusahaan harus mampu bersaing dalam dunia bisnis dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian. Sari dan Jontro, (2020), kualitas pelayanan ialah patokan atau takar tingkatan jasa layanan yang mampu memenuhi keinginan pembeli. Secara umum keseluruhan manusia harus menerima sebuah layanan, bahkan pada satu ekstrim dapat disampaikan jika sikap melayani tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Aryandi dan Onsardi, (2020) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkah

laku yang dihasilkan atas bandingan prestasi atas kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan kinerja perusahaan yang dinikmati pelanggan. Kualitas pelayanan ialah ukuran tingkat kualitas pelayanan yang ditanggapi adanya koneksi terhadap perkembangan harga.

Simamora & Realize, (2020) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah adanya rasa puas dari konsumen mengenai produk dan membeli secara terus menerus dan juga dapat mempromosikannya kepada pembeli lain, sehingga kepuasan konsumen merupakan suatu pelayanan yang dilakukan atau dapat diperoleh dari para pelaku bisnis dan dapat meningkatkan minat untuk memperluas toko. Jika perusahaan mampu memuaskan konsumen yang sama dengan pengharapannya, maka terbentuknya loyalitas membeli produk dan jasa dari perusahaan. D. Saputra & Hadi, (2017) menyampaikan suatu rencana pembelian merupakan fase dari tahapan yang di putuskan oleh konsumen benar-benar melaksanakan pembelian produk. Iskandar *et al.*, (2019) mendefinisikan “keputusan sebagai penekanan pada pilihan konsumen, dengan mempertimbangkan bahwa konsumen juga membuat keputusan tertentu terkait dengan perilaku non-pembelian”. Keputusan (decision) mengaitkan memilih antar banyaknya alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan membutuhkan penentuan perilaku. Terdapat empat bagian yang harus ditimbang terlebih dahulu dalam memutuskan suatu hal yakni: mempertimbang ekonomi, pertimbangan pasif, pertimbangan rasional, dan pertimbangan emosional.

Salah satu pemimpin sepeda motor Honda di Batam adalah PT Capella Dinamika Nusantara. Inti bisnis PT Capella Dinamika Nusantara yakni

menyediakan tempat servis sepeda motor Honda dan tempat penjualan *Sparepart* motor Honda, dimana PT Capella Dinamika Nusantara menjual berbagai jenis sepeda motor seperti sepeda motor *matic*, bebek dan *sport*. Sehingga konsumen dapat memilih jenis sepeda motor yang ingin dibelinya. Maka itu, perusahaan harus mampu menyampaikan sebuah kesan layanan yang baik untuk konsumen, sehingga terbentuknya rasa nyaman dan puas.

Perusahaan yang digunakan untuk hal yang diteliti ini ialah PT Capella Dinamik Nusantara, sebuah perusahaan transportasi dan otomotif. Berdasarkan hasil observasi peneliti sejak November 2020 hingga Maret 2021, kualitas pelayanan di PT Capella Dinamik Nusantara masih rendah. Hal ini dibuktikan masih mendapatkan beberapa permasalahan yang timbul seperti kualitas pelayanan yang kurang baik yaitu terdapat pekerja yang perilakunya belum ramah dalam pemberian layanan kepada konsumen.

Dalam bekerja, tangkas atau cekatan merupakan salah satu indikator kualitas pelayanan. Namun hal ini berbanding terbalik dengan kondisi di PT Capella Dinamik Nusantara. Dimana ketika karyawan ingin melayani konsumen seperti sepeda motor, karyawan kurang merespon melayani pembeli atau konsumen. Karena itulah banyak konsumen yang merasa dirugikan dan memilih untuk pergi meninggalkan dealer tanpa melakukan aktivitas pembelian terlebih dahulu. Jika sering terjadi, tidak menutup kemungkinan perusahaan akan kehilangan konsumen dan penjualan akan menurun.

Konsumen sangat kritis dalam memilih suatu produk, yang terjadi pada PT Capella Dinamika Nusantara dimana sebagian konsumen ketika hendak membeli

sepeda motor merasa tidak puas dikarenakan adanya ketidakpuasan konsumen dengan yang diharapkan. Seperti halnya sepeda motor Beat yang umumnya memiliki tarikan mesin yang lebih kuat dibandingkan sepeda motor Genio, ternyata pada saat konsumen membeli sepeda motor Beat, traksi mesinnya sama dengan sepeda motor Genio yang menyebabkan ketidakpuasan pada konsumen.

PT Capella Dinamik Nusantara juga telah menerima keluhan mengenai kepuasan pelanggan khususnya pada sepeda motor Vario dimana pada umumnya sepeda motor baru memiliki komponen yang masih bagus. Hal inilah yang membuat konsumen berharap banyak dari motor Vario. Yang terjadi adalah tidak tertuju pada pengharapan di PT Capella Dinamik Nusantara. Dimana, konsumen pernah mengembalikan sepeda motor yang bermasalah dengan di injeksi. Akibatnya, konsumen merasa kurang puas dengan sepeda motor yang dibeli. Jika hal ini terus terjadi, konsumen tidak dapat melanjutkan pembelian dan bisnis dapat mengalami kerugian bahkan kebangkrutan.

Berikut merupakan perolehan hasil penjualan motor pada PT Capella Dinamika Nusantara periode November 2020 – Maret 2021 :

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Honda PT Capella Dinamik Nusantara

No	Bulan & Tahun	Target Penjualan	Aktual Penjualan	Persentase
1	November 2020	130 Unit	88 Unit	68 %
2	Desember 2020	120 Unit	74 Unit	62 %
3	Januari 2021	120 Unit	74 Unit	62 %
4	Februari 2021	70 Unit	26 Unit	37 %
5	Maret 2021	48 Unit	32 Unit	67 %

Sumber : PT Capella Dinamik Nusantara

Sesuai pada tabel terlampir terlihat suatu perdagangan motor Honda di PT Capella Dinamik Nusantara tidak mencapai target dimana pada bulan November 2020 sebesar 130 unit sementara aktual penjualan hanya sebanyak 88 unit. Dan pada bulan Desember 2020 target penjualan sebanyak 120 unit sementara yang terjual hanya sebanyak 74 unit. Artinya penjualan mengalami penurunan yang signifikan. Dari penjelasan tabel tersebut terlihat bahwa penjualan sepeda motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara berdampak menurun. Apabila hal ini tidak diatasi dengan samsama hal yang akan terjadi yaitu perusahaan akan mengalami kebangkrutan.

Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik mengerjakan suatu penelitian dengan judul

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA”

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai penampilan pada latar belakang, adanya pengidetifikasian oleh peneliti yakni:

1. Kualitas pelayanan pada PT Capella Dinamik Nusantara yang masih kurang baik.
2. Konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara merasa kurang puas dikarenakan apa yang konsumen inginkan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

3. Penjualan sepeda motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara mengalami penurunan.
4. Karyawan PT Capella Dinamik Nusantara kurang cekatan dalam melayani konsumen.
5. PT Capella Dinamik Nusantara menerima *complaint* akibat kurangnya kepuasan konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Ketepatan dengan identifikasi masalah tersebut dan terdapat patokan dalam biaya, waktu dan pembahasan penelitian yang tidak menjangkau cukup luas, maka dari itu peneliti menfokuskan dan memberikan batasan penelitian terhadap kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan keputusan pembelian di PT Capella Dinamik Nusantara Batam Cabang Batam Center.

1.4. Rumusan Masalah

Penyampaian atas pengidentifikasian serta batasan dari masalah tersebut, karena itu perumusan masalah seperti yakni :

1. Apakah Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara ?
2. Apakah Kepuasan Konsumen mempengaruhi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamika Nusantara?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara simultan mempengaruhi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara?

1.5. Tujuan Penelitian

Mengenai perumusan masalah terkait, peneliti memiliki tujuan yakni:

1. Untuk memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara.
2. Untuk memahami Pengaruh Kepuasan Konsumen secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara.
3. Untuk memahami Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada PT Capella Dinamik Nusantara.

1.6. Manfaat Penelitian

Terdapat dua aspek guna untuk manfaat yang ditemukan dipenelitian ini yakni:

1. Aspek teoritis

Penuh harapan yang diteliti memberi kontribusi ilmiah tentang Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian bagi pembaca Dalam meneliti dimasa yang mendatang.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi penulis

Penuh harapan yang diteliti dapat memberikan pengetahuan dan ilmu yang dipelajari oleh peneliti. Agar memiliki pemikiran yang lebih luas.

- b. Bagi Universitas Putera Batam

Kedepannya Hasil penelitian ini kelak berguna untuk Universitas Putera Batam untuk mededikasikan dan contoh bagi calon peneliti kedepannya.

c. Bagi perusahaan

Perolehan yang diteliti ini kelak dengan pengharapan akan berguna bagi PT Capella Dinamik Nusantara sebagai pertimbangan didalam melaksanakan penjualan sepeda motor dimasa mendatang.