

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan zaman dewasa ini menuntut kebutuhan manusia akan perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya di mana banyaknya perluasan jalan. Ini menyebabkan manusia membutuhkan alat transportasi untuk mencapai tempat tujuan tersebut. Untuk mencukupi kebutuhan, maka manusia menganut prinsip efektivitas dan efisiensi, sehingga dapat bertahan pada periode berjalan sampai periode tertentu. Hal ini tentu menjadi sebuah peluang bagi pelaku bisnis dalam bidang transportasi yang efektif dan efisien yaitu kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor. Produsen memberikan tawaran produk yang terbaik, berkualitas tinggi dan sesuai selera calon konsumen. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dalam sektor harga (*price*) sangat diharapkan untuk menjaga konsistensi perusahaan dan bahkan meningkatkan volume penjualan yang dapat diartikan menjadi kemenangan dalam persaingan usaha.

Setiap perusahaan ingin berhasil dalam kegiatan operasinya agar bisnis tetap berlanjut. Usaha yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui kegiatan pemasaran. Persaingan yang ketat dalam dunia industri menuntut pengusaha bisnis untuk menciptakan strategi yang baik dan kuat (*rock solid plan*) guna menarik minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Produsen tidak hanya bersaing dalam kualitas produk yang baik tetapi juga dalam pelayanan yaitu berupa pelayanan pra pembelian (sebelum membeli) dan layanan

purna jual atau pelayanan paska pembelian (sesudah membeli). Konsumen zaman sekarang sudah berbeda dengan konsumen zaman dahulu. Pembeli zaman sekarang memiliki inteligensi dan pemahaman bahwa motto pembeli adalah raja benar adanya, di mana mereka bebas memilih membeli dari produsen lain yang lebih pantas dan baik dalam memuaskan kebutuhannya karena persaingan usaha yang ketat.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk. Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa riset pasar, pengacara, notaris, atau konsultan pajak, harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami. Tidak jarang pulak harga dijadikan semacam indikator kualitas jasa. Harga merupakan determinan utama permintaan karena berdasarkan hukum permintaan, besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas produk yang dibeli konsumen.

Dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai indikator nilai dengan menghubungkannya kepada faedah yang didapatkan dari mengonsumsi suatu produk atau jasa. Setiap perusahaan harus menentukan harga yang sesuai dan pantas atas pelayanannya kepada konsumen. Tidak sampai di sana saja, produsen harus berhasil menangkap lalu menerjemahkan keinginan atau keluhan pembeli jasa. Harga yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan konsumen jika mengonsumsinya. Penetapan harga yang baik akan menarik perhatian besar calon konsumen. Jika penawaran harga

yang diterapkan perusahaan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen setelah memakai jasa, maka konsumen tidak ragu untuk datang kembali menggunakan jasa servis tersebut.

Tujuan penetapan harga bisa mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai. tingkat Pemakaian atau pembelian ulang dalam bentuk atau kategori produk tertentu. Hal ini terutama berlaku pada tahap-tahap dalam siklus hidup produk, di mana salah satu tujuan utamanya adalah menarik para pelanggan baru. Harga yang lebih murah bisa mengurangi risiko mencoba produk baru atau bisa pula meningkatkan nilai sebuah produk secara relatif dibandingkan produk lain yang sudah ada terlebih dahulu.

Dengan berkembangnya industri otomotif, maka hal ini membuka peluang lapangan pekerjaan yang baru bagi banyak orang yaitu berupa bengkel reparasi kendaraan bermotor. Kebutuhan akan jasa pemeliharaan dan reparasi kendaraan bermotor meningkat dengan bertambahnya jumlah alat mobilitas masyarakat. Para penyedia jasa dituntut memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan rasa nyaman, kecepatan dalam menelaah dan menyelesaikan masalah yang terdapat pada kendaraan konsumen, kualitas jasa reparasi inkonsisten (tidak stabil selalu baik), kebersihan kendaraan setelah direparasi, kapasitas ruang tunggu yang sedikit. Persaingan usaha yang makin kompetitif mendorong para penyedia jasa berpikir untuk memasarkan jasanya secara efisien dan efektif.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan

ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam Center dikategorikan cukup baik. Dalam aspek ruang tunggu yang dijaga kebersihannya dan karyawan yang ramah membuat konsumen merasa nyaman. Tetapi pada sektor lain, perusahaan tidak memperhatikan aspek kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan.

Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara hasil aktual dengan ekspektasi standar konsumen yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya diterima dari merek tertentu. Kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan atau persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil. Konsumen memegang peranan yang penting dalam mengukur kepuasan terhadap jasa yang diberikan PT Capella Dinamik Nusantara Batam Center. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen akan menjadi harmonis, memberikan dasar baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan perusahaan. Kunci

utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Dalam hal lainnya yang menjadi perhatian yaitu konsumen masih harus menunggu lama karena antrian servis yang panjang. Adanya masalah dan kerusakan yang berbeda-beda setiap konsumen mengakibatkan kecepatan dan ketepatan waktu perbaikan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan merasa bahwa antrian terlalu panjang yang mengakibatkan para pemakai jasa harus menunggu lama untuk kendaraan yang akan diservis. Ada konsumen yang datang untuk menyervis motornya, mengestimasi lama waktu menunggu giliran motornya untuk diservis sehingga memutuskan untuk menunggu. Namun hal itu tidak terealisasi. Konsumen menunggu jauh lebih lama dari waktu yang telah diperkirakan sebelumnya. Para pemakai jasa lainnya memiliki masalah yang berbeda masing-masing. Permasalahan ini mengakibatkan waktu yang dibutuhkan pekerja untuk mengerjakan keluhan konsumen pada motornya menjadi tidak terhitung dengan akurat.

Adanya hasil perbaikan yang tidak konsisten dirasakan oleh konsumen. Konsumen merasakan masalah yang dikeluhkan pada kendaraannya sudah teratasi, tetapi muncul masalah pada bagian lain yang sebelumnya tidak dipermasalahkan oleh konsumen sebelum pergi untuk servis motor miliknya. Adapun juga setelah diperbaiki oleh mekanik, hasil perbaikan pada sektor yang menjadi masalah bagi konsumen sebelumnya tidak mengalami perubahan.

Penelitian (Surbakti, 2017: 82) mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar (survei terhadap masyarakat di Kelurahan Bantan RT 002/RW 007 Pematang Siantar) yang menggunakan alat analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa harga berpengaruh positif dan sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian (Handoko, 2017: 61) mengenai pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan yang menggunakan alat regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan promosi terhadap kepuasan konsumen di PT Maxim Housewares Indonesia Medan. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Maxim Housewares Indonesia Medan.

PT Capella Dinamik Nusantara Batam Center didirikan pada tanggal 9 bulan September tahun 2011 adalah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yang menjual berbagai macam merek Honda, yang terletak di jalan Ruko mahkota niaga Blok c 1-2 Batam Centre.

Tabel 1.1 Jumlah Unit Kendaraan yang Diservis

No	Bulan	Tahun		
		2015	2016	2017
1	Januari	2236	1923	2289
2	Februari	2008	1897	2112
3	Maret	2251	2104	2171
4	April	2025	1769	1983
5	Mei	1788	2001	2260
6	Juni	1996	1899	1998
7	Juli	1809	2102	2199
8	Agustus	2207	1945	2090
9	September	2045	1917	2302
10	Oktober	1706	1748	1433
11	November	1822	2205	1378
12	Desember	2099	1872	150
Total		23992	23382	22365
Penurunan		-	610	1017
Persentase		-	2,54%	4,35%

Sumber: PT Capella Dinamik Nusantara yang diolah

Dari tabel 1.1 jumlah unit kendaraan yang diservis di atas, dapat dilihat adanya penurunan jumlah unit ang diservis (dalam satuan unit) 3 (tiga) tahun terakhir. Pada tahun 2015, PT Capella Dinamik Nusantara Batam menservis 23992 unit motor dalam kurun waktu setahun. Sedangkan di tahun 2016 jumlah unit motor yang diservis sebanyak 23382 unit. Ini menandakan PT Capella Dinamik Nusantara mengalami penurunan sebesar 610 unit. Kemudian di tahun berikutnya tahun 2017 terjadi lagi penurunan sebanyak 1017 unit, perbandingan angka motor yang diservis pada tahun 2016 ke tahun 2017. Pada tahun 2017 kendaraan yang dapat diservis hanya mencapai 22365 unit.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan topik di bidang pemasaran pada PT Capella Dinamik Nusantara dalam hal

harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dalam peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul untuk skripsi **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar belakang di atas yang telah diuraikan, maka peneliti dapat merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Setelah diperbaiki, kebersihan kendaraan tidak diperhatikan oleh petugas mekanik bengkel. Ini dirasakan konsumen yang sudah selesai diservis kendaraannya.
2. Kecepatan petugas mekanik bengkel dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal ini dapat kita lihat konsumen yang masih harus menunggu lama jika melakukan pembelian jasa servis.
3. Kewajaran harga pelayanan jasa servis di mana konsistensi hasil perbaikan yang tidak stabil selalu baik dan bagus. Hasil kualitas servis tidak sebanding dengan tarif biaya servis yang dibebankan kepada pelanggan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Melihat keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga peneliti dan agar pembahasan ini tidak membias ke mana-mana, berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas peneliti memfokuskan penelitian hanya pada harga jasa yaitu tarif yang dibebankan kepada pelanggan untuk pelayanan servis motor dan kualitas pelayanan. Peneliti juga membatasi penelitian ini pada PT Capella Dinamik

Nusantara yang berlokasi di daerah Batam center, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Batasan masalah yang mengacu pada paradigma di atas sehingga peneliti dapat merumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?
3. Bagaimana harga dan kalitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini seagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Capela Dinamik Nusantara.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Selain dari tujuan penelitian, penelitian ini juga memiliki manfaat baik itu secara teoritis maupun praktis yang berguna bagi pembaca dan semua pihak. Berikut manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah, yaitu:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis adalah menjadi pedoman mahasiswa dan mahasiswi di masa yang akan datang dalam menyusun skripsi terutama mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan-perusahaan yang berlokasi di Batam.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Adapun juga manfaat secara praktis yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk peneliti

Sebagai wadah dalam mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan.

2. Untuk PT Capella Dinamik Nusantara

Dengan adanya penelitian ini, perusahaan memperoleh masukan yang bersifat membangun sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

Penelitian ini menambah wawasan dan pemikiran dalam hal yang tidak terpikirkan oleh peneliti lanjutan dalam menyusun skripsi. Peneliti lanjutan dapat memahami pengetahuan dalam bidang pemasaran tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara berkelanjutan.