

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk lebih kompetitif dalam menghadapi pesaing untuk mencapai keberhasilan dan tujuan dari perusahaan. Ketika suatu perusahaan ingin bersaing tentunya membutuhkan suatu “senjata” yang dapat membantunya mencapai sasaran atau tujuan perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat juga terjadi di dalam dunia otomotif khususnya bengkel sepeda motor. Dikarenakan sepeda motor merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor kepuasan pelanggan yang tidak mudah ditebak.

Salah satu perusahaan dalam dunia otomotif khususnya bengkel sepeda motor di Batam adalah PT Capella Dinamik Nusantara, perusahaan ini tidak hanya menjual motor saja tetapi juga terdapat bengkel yang memberikan pelayanan service bagi pelanggan Honda. PT Capella Dinamik Nusantara adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran otomotif. Perusahaan menyediakan produk motor terbaru dari Honda dan berbagai pelayanan diantaranya meliputi penjualan motor, penjualan spare-part, pelayanan jasa bengkel dan perangkat lain yang ada di perusahaan tersebut.

Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan PT Capella Dinamik Nusantara dalam menghadapi banyaknya pesaing di bidang otomotif terutama bengkel diantaranya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang semaksimal mungkin terhadap pelanggan, sehingga ketika seorang pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan maka secara otomatis pelanggan tersebut akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Demi mendapatkan loyalitas pelanggan PT Capella Dinamik Nusantara juga perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat diantaranya adalah dengan memberikan pelayanan terbaik terhadap setiap pelanggan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual barang atau jasa yang sama. Pelayanan yang baik akan menyelamatkan barang atau jasa yang kurang baik. Sebaliknya barang atau jasa yang baik tidak menjamin dan dapat menyelamatkan pelayanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. (Sangadji & Sopiah, 2013: 99) mengatakan “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan

menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan.

Hasil pengamatan menunjukkan, PT Capella Dinamik Nusantara telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan diantaranya para petugas perusahaan selalu bersikap ramah kepada pelanggan mulai dari pelanggan datang hingga motor pelanggan selesai diperbaiki, petugas juga selalu tegas dalam mengarahkan dan menjelaskan kepada pelanggan yang baru pertama kali melakukan perawatan dan perbaikan motor di perusahaan. Kualitas pelayanan yang ada di PT Capella Dinamik Nusantara memang cukup baik ditambah dengan sajian minuman yang disediakan saat pelanggan menunggu kendaraannya diperbaiki ditambah lagi sikap para karyawan yang sangat ramah, tetapi pelayanan perusahaan tersebut masih kurang didukung dengan fasilitas yang kurang lengkap seperti lingkungan perusahaan yang kurang nyaman ketika pelanggan menunggu motornya diperbaiki dikarenakan ruang tunggu bagi perokok dan tidak perokok tidak dibedakan, serta belum adanya hotspot area.

PT Capella Dinamik Nusantara akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. (Tjiptono, 2014: 353) menyebutkan Kepuasan Pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku

pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi.

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan menjadi topik sentral dalam dunia riset pasar dan berkembang pesat. Konsep berpikir bahwa kepuasan pelanggan akan mendorong meningkatnya profit adalah bahwa pelanggan yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk atau jasa yang diterima dan lebih bersifat toleran akan kenaikan harga. Hal ini tentunya akan meningkatkan margin perusahaan dan kelayakan pelanggan pada perusahaan. Pelanggan yang puas akan datang kembali ke perusahaan tersebut, sekaligus menjadi “pemasar” yang efektif melalui *Word of mouth* yang bernada positif. Hal ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan kredibilitas perusahaan, namun perlu diingat bahwa ternyata peningkatan *market share* tidak selamanya sesuai dengan peningkatan kepuasan pelanggan, bahkan dalam banyak hal atau kasus yang terjadi adalah justru kebalikannya, semakin besar *market share* sebuah perusahaan justru kepuasan pelanggan semakin menurun.

Setiap perusahaan dituntut untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan penawaran dan pelayanan yang optimal, begitu pula dengan PT Capella Dinamik Nusantara. Mengingat perusahaan tersebut mempunyai banyak pesaing dalam dunia otomotif terutama bengkel. PT Capella Dinamik Nusantara harus mampu mempertahankan kanposisinya di tengah persaingan

bisnis yang ketat seperti sekarang ini. Kepuasan pelanggan bukan saja ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan yang merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolok ukur keunggulan bersaing. Berikut ini adalah jumlah pelanggan yang mengeluh di PT Capella Dinamik Nusantara Batam selama tahun 2016.

Tabel 1.1 Daftar Keluhan Pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara 2016

Jenis Keluhan	Bulan											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	Agust	Sept	Okt	Nop	Des
Prosedur yang kurang efektif	5	-	8	7	10	6	-	8	4	12	6	9
Fasilitas ruang tunggu belum lengkap	15	11	5	4	4	17	3	7	5	4	8	3
Hasil service kurang memuaskan	3	5	6	11	7	15	9	12	15	16	4	9
Total	23	20	19	22	21	38	12	27	24	32	18	21

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang belum puas terhadap PT Capella Dinamik Nusantara. Di bulan Juni keluhan yang masuk mencapai 38 keluhan pelanggan dan merupakan jumlah keluhan paling tinggi dibanding bulan-bulan lainnya, lalu menurun cukup tajam di bulan Juli dan mulai meningkat lagi hingga bulan Oktober dan jumlah keluhan pelanggan di bulan Nopember terjadi penurunan yang lagi yang hanya 18 keluhan pelanggan kemudian kembali naik hingga di bulan Desember yang mencapai 21 keluhan pelanggan. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan

maksimal terhadap PT Capella Dinamik Nusantara, seperti misalnya pengerjaan reparasi motor yang kurang memenuhi permintaan pelanggan sehingga pelanggan menjadi tidak loyal terhadap perusahaan.

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013: 104) mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan ssberalih. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan. Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang.

Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam jasa bengkel, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Banyak sekali bentuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa, salah satunya adalah jasa bengkel. Di Batam terdapat berbagai bengkel yang beroperasi yaitu :

1. Bengkel dealer yaitu bengkel dengan merek tertentu seperti bengkel untuk merek Honda, Yamaha, Suzuki, dan lain-lain.
2. Bengkel umum yaitu bengkel yang mampu melayani perawatan dan perbaikan pada beberapa komponen pada sebuah kendaraan.
3. Bengkel pelayanan khusus yaitu bengkel yang memiliki spesialisasi dalam hal perawatan dan perbaikan salah satu elemen kendaraan misal bengkel Dinamo.
4. Bengkel unit keliling yaitu bengkel yang memberikan pelayanan berupa perbaikan di lokasi kendaraan milik pelanggan

PT Capella Dinamik Nusantara harus mengetahui bagaimana cara melayani pelanggan dengan baik agar jasa yang ditawarkan menjadi lebih menarik sehingga pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa tersebut.

Oleh karena itu, bagi PT Capella Dinamik Nusantara yang khususnya bergerak dibidang jasa pelayanan yang mengandalkan tingkat loyalitas pelanggan di perusahaannya, maka perusahaan tersebut harus dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Loyalitas pelanggan yang tinggi sangatlah diharapkan oleh PT Capella Dinamik Nusantara. Jika seorang pelanggan semakin loyal terhadap perusahaan tersebut, maka tingkat keuntungan akan meningkat sehingga perusahaan akan bertahan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor-kompetitornya.

Perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dan jumlah keluhan oleh pelanggan.

Terdapat faktor negatif yang dapat menurunkan loyalitas pelanggan diantaranya adalah menurunnya kualitas pelayanan oleh perusahaan dalam menjalankan tugasnya terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan hasil kerja perusahaan tersebut.

Persaingan memperebutkan pelanggan pada suatu usaha, khususnya otomotif semakin ketat. Dengan pertumbuhan jumlah otomotif yang semakin marak dan produk yang ditawarkan juga semakin bervariasi. Kualitas pelayanan memang sangat penting untuk semua jenis otomotif untuk mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Walaupun demikian, kualitas pelayanan yang baik dari suatu perusahaan otomotif tidak menjamin terciptanya Loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan otomotif ternyata tidak selalu sejalan dengan kualitas pelayanan tersebut. Masyarakat sebagai pelanggan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih perusahaan otomotif yang akan digunakannya. Banyak faktor yang menyebabkan pengaruh yang lemah dari kualitas pelayanan dapat dianalisis karena ada faktor lain diluar kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh yang lebih kuat dalam menciptakan loyalitas dibanding dengan faktor kualitas pelayanan. PT Capella Dinamik Nusantara merupakan salah satu perusahaan otomotif yang tidak hanya menjual motor saja, pelanggan juga mengharapkan mendapatkan pelayanan yang baik. Dalam sektor bisnis ini karyawan perusahaan mempunyai peranan

yang sangat penting karena melalui kualitas pelayanannya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan adanya berbagai perusahaan otomotif, maka berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan agar perusahaan mampu mendapatkan keuntungan, terus tumbuh dan tetap survive.

Melihat pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan demi tercapainya tujuan suatu perusahaan, maka dalam hal ini PT Capella Dinamik Nusantara Batam juga perlu memperhatikan hal tersebut agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan hendaknya juga dilakukan oleh pengelola PT Capella Dinamik Nusantara. Sebab dalam perkembangannya perusahaan otomotif ini mengalami permasalahan dengan fluktuasi yang cukup tajam pada jumlah pelanggan. Berikut ini adalah jumlah pelanggan di PT Capella Dinamik Nusantara Batam selama tahun 2016.

Tabel 1.2 Data Produktivitas PT Capella Dinamik 2016

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Jumlah Perubahan Pelanggan
1	Januari	1.341	-
2	Februari	1.158	183
3	Maret	1.238	80
4	April	1.128	110
5	Mei	1.177	49
6	Juni	1.200	23
7	Juli	1.028	172
8	Agustus	1.210	182
9	September	1.113	97
10	Oktober	1.207	94
11	Nopember	1.152	55
12	Desember	1.235	83
TOTAL		14.187	

Sumber : PT Capella Dinamik Nusantara Batam cabang Bengkong(2016)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa jumlah pelanggan di bulan Januari paling tinggi yang mencapai 1.341 dibanding bulan-bulan lainnya, lalu menurun cukup tajam di bulan Juli dan mulai meningkat lagi hingga bulan agustus dan jumlah pelanggan di bulan september terjadi penurunan yang lagi mencapai 1.113 pelanggan kemudian kembali naik hingga di bulan Oktober yang mencapai 1.207 pelanggan. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan pelanggan, seperti misalnya pengerjaan service motor yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya.

Guna mempertahankan loyalitas pelanggan yang datang, maka pihak PT Capella Dinamik Nusantara hendaknya berusaha untuk memaksimalkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Disamping itu pihak perusahaan juga harus mengoptimalkan kepuasan pelanggan agar pelanggan semakin loyal terhadap PT Capella Dinamik Nusantara Batam.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Capella Dinamik Nusantara Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Fasilitas menunggu yang masih kurang diantaranya ruang bebas rokok, hotspot area dan tidak adanya disediakan makanan ringan.

2. Prosedur yang tidak efektif
3. Hasil reparasi yang kurang maksimal sehingga pelanggan kurang puas
4. Karyawan yang kurang tanggap dalam melayani keluhan pelanggan
5. Kemampuan petugas reparasi belum menjalankan tugasnya dengan baik
6. Karyawan yang kurang ramah

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan supaya penelitian ini tidak keluar dari sasaran, tidak menyimpang dari apa yang diteliti. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan hanya berkaitan dengan kualitas, kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Penelitian ini dilakukan di PT Capella Dinamik Nusantara Batam

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam.
3. Pengaruh faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat secara praktis yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Manfaat Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca mengenai pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang tepat serta dapat dijadikan bahan referensi penelitian selanjutnya jika pembaca tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan topik permasalahan yang sama .

2. Manfaat Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi para mahasiswa berikutnya sekaligus menjadi bahan komparasi untuk penelitian sejenis.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Manfaat Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai masukan terhadap pengaruh kualitas pelayanan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam
 - b. Perusahaan dapat mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, sehingga dapat diupayakan hal-hal yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
 - c. Perusahaan dapat mengetahui hal-hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar kedepannya dapat ditingkatkan lagi.
2. Manfaat Bagi Penulis
 - a. Menambah dan memperluas wawasan pengetahuan penulis dalam bidang penelitian yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan pada PT Capella Dinamik Nusantara Batam
 - b. Penulis dapat menerapkan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan.