

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kompetisi didunia kini melambung tinggi, diakibatkan lahirnya kreativitas serta keinovatifan seorang wirausahawan. Relevan hal tersebut sketsa pemasaran pun melonjak drastis. Aktivitas pemasaran kini mulai difokuskan teruntuk kepuasan kosnumen. Lazimnya tujuan tiap bisnis yakni meraih sebuah profit, tujuan itu berkaitan dengan aktivitas pemasaran. Persiapan aktivitas pemasaran wajib dibayangkan jauh-jauh hari, supaya sasaran konsumen tepat tujuannya. Konsumen berpotensi akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menggunakan barang atau jasa tersebut, salah satunya ialah faktor kualitas produk yang dijadikan alasan memuaskan konsumen yang berdampak konsumen melangsungkan pemilihan produk kita bila dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Produk memiliki makna penting bagi perusahaan, tanpa kesediaan produk, perusahaan tidak bisa melangsungkan bisnisnya. Konsumen memakai produk kita bila ditemukan kecocokan, disimpulkan produk disesuaikan dengan keperluan serta minat konsumen supaya aktivitas pemasaran berjalan lancar. Ketersediaan baiknya kualitas produk bisa melahirkan kepuasan serta kepercayaan konsumen. Kualitas produk yakni semua karakteristik produk atau pelayanan pada kecakapan guna

memenuhi kebutuhan konsumen (Putra *et al.*, 2017: 127). Makin melonjaknya teknologi era kini, tiap perusahaan berjerih payah menaikkan kualitas produknya, yang wajib dijadikan perhatian kualitas produknya yakni perusahaan disektor otomotif. Perusahaan otomotif saat penciptaan produknya harus mengamati dari tahap merancang, mengembangkan, dan memproduksi produk tersebut, hingga tahap memasarkannya. Salah satu yang dihasilkan dari produk otomotif adalah transportasi.

Transportasi dijadikan sarana terpenting saat ini, karena transportasi berfungsi sebagai akses yang dapat digunakan untuk memudahkan penggunaanya tiba di tempat yang ingin di tuju. Salah satu transportasi yang paling diminati untuk saat ini adalah sepeda motor. Sepeda motor yakni sarana guna memaksimalkan perubahan ciptaan manusia, peranan sepeda motor lazimnya guna mempersingkat pergerakan pengguna. Relevan kemajuan zaman, perubahan peranan sepeda motor yakni sarana memperlancar keseluruhan urusan. Penggunaanya bisa sampai ke tempat yang sukar dijangkau sebab sepeda motor lebih kecil dari transportasi yang lain.

Selain kualitas produk, perusahaan juga berkewajiban memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen, dimana kualitas pelayanan merupakan hal terpenting untuk menarik minat konsumen. Dalam memasarkan suatu produk, kita perlu memerikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen, mulai dari cara bertutur kata yang baik, sopan, serta bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen.

Dalam melayani konsumen kita perlu menjelaskan tentang spesifikasi barang/jasa yang sedang kita pasarkan, ketika kita sudah memerikan pelayanan terbaik pada konsumen, kita juga menjalin hubungan baik dengan konsumen. Kualitas pelayanan yakni rangkaian proses kerja mewakili pusat kinerja suatu layanan, yakni pemadanan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales counter* oleh konsumen (Lesmana & Ratnasari, 2017: 118). Selain kualitas pelayanan, kepuasan konsumen yakni misi paling utama yang ingin dicapai perusahaan, perusahaan sebelum memerikan kepuasan wajib mendalami kebutuhan serta keinginan konsumen terkini dan diwaktu mendatang. Intinya tujuan bisnis yakni melahirkan kepuasan konsumen, sebab dengan lahirnya kepuasan diharapkan konsumen kembali lagi untuk memakai produk perusahaan tersebut.

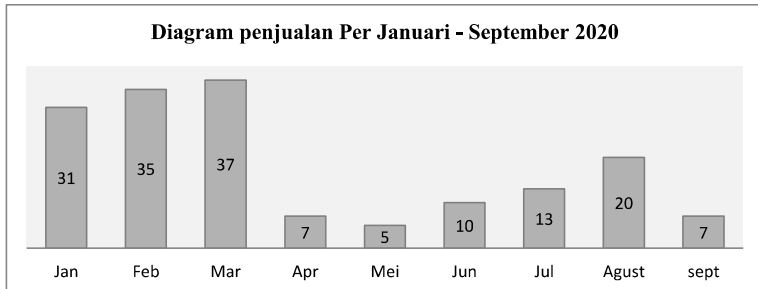
PT Rodamas Makmur Motor (RMM) Batam di resmikan pada tanggal 03 November 2012, yang berlokasi tepatnya di Jalan Yosudarso, Sei Baloi, Batam. PT Rodamas Makmur Motor Batam merupakan perusahaan yang bergerak disektor jasa bagian penjualan sepeda motor dan mobil. Tersedianya Dealer RMM-Batam ialah hal terpenting guna meredakan Suzuki pada pelanggan dan konsumen diwilayah Batam dan sekitarnya. Dicitakan agar pelanggan lebih gampang guna memperoleh layanan penjualan, serta guna memperbesar *market* Suzuki di wilayah Batam dan sekitarnya. Penuh harapan supaya pelanggan mudah memperoleh layanan penjualan. Berikut dilampirkan data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari - September 2020.

Tabel 1.1 Data penjualan Motor Suzuki per bulan Januari - September 2020

Bulan	Penjualan/bulan
Januari	31
Februari	35
Maret	37
April	7
Mei	5
Juni	10
Juli	13
Agustus	20
September	7
Total	165

Sumber: PT Rodamas Makmur Motor Batam (2020)

Digambarkan dalam bentuk diagram batang, dimana terdapat penurunan jumlah penjualan produk sepeda motor Suzuki terhitung dari Januari hingga September 2020.



Dalam kegiatan operasional di PT Rodamas Makmur Motor, munculnya permasalahan. Kualitas Produk belum memenuhi standar kepuasan, terlihat konsumen seringnya mengeluhkan tentang aki motor yang tidak berfungsi ketika pengambilan motor baru, sering terdapat lecet *body* motor baru, sulitnya mendapatkan produk *sparepart* Suzuki yang asli dibengkel-bengkel selain bengkel

resmi Suzuki. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga memengaruhi kepuasan konsumen. Penerapan pelayanan di PT Rodamas Makmur Motor Batam masih jauh kurangnya dari standar pelayanan, ketika konsumen mengorder *sparepate* Suzuki harus menunggu waktu sekitar 1 bulan. Konsumen yang mengkritik tentang pelayanan, dikarenakan pelayanan yang masih kurang dalam menjalin komunikasi yang baik kepada konsumen.

Relevan latar belakang terlampir, penulis termotivasi mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Relevan penjabaran di atas, penulis menetapkan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Dalam pembelian sepeda motor baru, sering ditemukan aki motor yang mati.
2. Sering terdapat lecet di *body* motor baru.
3. Sulitnya mendapatkan sparepate asli Suzuki di selain bengkel resmi Suzuki.
4. Dalam pelayanan mengorder *sparepate* produk suzuki harus menunggu waktu sekitaran 1 bulan.

1.3 Batasan Masalah

Relevan dengan identifikasi masalah, penulis memberi batasan masalah agar tidak menyebar, dan fokus serta arah pembahasan lebih tegas, agar tidak berlawanan dari tujuan yang diharapkan. Adapun batasan masalah penelitian ini yaitu:

1. Variabel *independent* nya yakni kualitas produk dan kualitas pelayanan.
2. Variabel *dependent* nya yakni kepuasan konsumen.
3. Objek penelitian ini yakni konsumen PT Rodamas Makmur Motor Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Relevan identifikasi masalah, ditetapkanlah rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang dijabarkan, tujuan yang bisa dicapai penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Guna pengkajian ini yakni memerikan manfaat wawasan terutama yang berkaitan jasa otomotif yang berhubungan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan penjabaran, penyelesaian, dan acuan rekomendasi untuk jasa otomotif ketika akan memilih langkah/keputusan guna memaksimalkan minat pelanggan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian diharapkan memperluas sumber yang berguna teruntuk perpustakaan Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Memaksimalkan pengetahuan dari penelitian memiliki pengaruh saat pelanggan sedang dilayani, kualitas produk, dan kualitas pelayanan hingga konsumen memutuskan memakai jasa tersebut.