

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kompetisi dunia bisnis pada masa globalisasi kini sangat ketat di Indonesia yang serta diiringi bersama naiknya keperluan rakyat pada produk dan jasa yang sungguh dapat guna mencukupi keperluan rakyat tiada menurunkan bobot produk ataupun nilai yang dipunya produk itu.

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat di Indonesia sangat meningkat dan luas serta juga diimbangi berbagai macam saingan yang ada diluar ataupun di dalam Negara Indonesia, terutama bisnis bagian pasar sepeda motor yang saat ini berkembang di seluruh Indonesia. Perkembangan pasar sepeda motor di Indonesia merupakan keuntungan terbesar yang didapatkan pihak perusahaan atas hasil produknya yang dipergunakan oleh masyarakat untuk kebutuhan transportasi. Dengan banyaknya permintaan kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor makan berbagai macam perusahaan memproduksi sepeda motor dalam berbagai bentuk sehingga perusahaan lainnya mengalami persaingan yang sangat ketat dan sulit untuk memprediksiya.

Perusahaan otomotif sepeda motor adalah alat transportasi yang sering digunakan oleh berbagai kalangan untuk berpergian menuju suatu tujuan tempat, baik berada di dalam maupun diuar kota ataupun di tempat terpencil. Statistik perkembangan kendaraan sepeda motor selalu meningkat pertumbuhannya tiap tahunnya, seiringin dengan perkembangan pengguna sepeda motor semakin

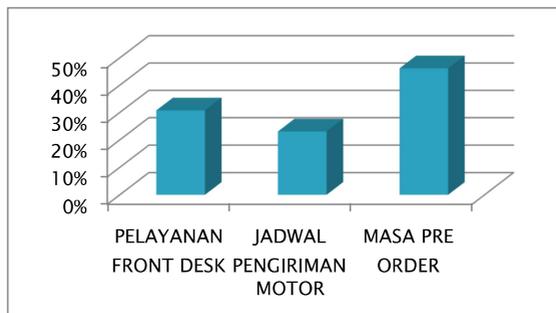
meningkat, maka semakin besar kemungkinan perkembangan industri sepeda motor dan aksesorisnya yang berda didalamnya.

Kualitas pelayanan merupakan selaku usaha guna menciptakanpencukupan keperluan serta kemauan pembeli dan ketepatan guna pengungkapannya untuk mengimbangi cita pembeli. Menurut (Harfika and Abdullah 2017:48) Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yakni keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), serta bukti fisik (*tangible*). Ketika kualitas pelayanan yang diberi selaras bersama cita ataupun pandangan pelanggan, hingga perseroan secara tak langsung sudah memberi kepuasan untuk pelanggannya. Perihal itu pastinya amat baik untuk perseroan sebab secara tak langsung keuntungan perseroan hendak naik sebab konsumen yang merasa puas akan layanan yang diberi perseroan. Pelayanan ialah tindakan produsen guna mencukupi keperluan serta kemauan konsumen demi tergapainya kepuasan di konsumen itu sendiri.

Pola konsumsi dan gaya hidup *customer* menuntut perseroan harus dapat memberi layanan yang berkualitas. Maka, kualitas yang baik bukan sesuai pandangan penyediaan jasa, tetapi sesuai pandangan pelanggan. Kualitas pelayanan berpedoman terhadap evaluasi pelanggan tentang inti layanan, yakni pemberi pelayanan itu sendiri ataupun semua organisasi layanan. Tiap perseroan berupaya memberi layanan yang terbaik dengan fasilitas yang mencukupi untuk konsumennya supaya mereka merasa puas pada jasa yang mereka rasakan serta mereka ingin jadi pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyaikaitan yang erat bersama kepuasan pelanggan guna menjalin ikatan korelasi yang kuat bersama perseroan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan PT Capella

Batam kurang kondusif yang dimana ruangan pelayanan yang kurang bersih, pelayanan dalam pengiriman pesanan konsumen yang selalu terlambat atau tidak tepat waktu, serta permintaan konsumen untuk produk baru pihak perusahaan selalu mengulurkan waktu yang lebih lama. Dari beberapa hal yang telah terjadi tentang kualitas pelayanan yang diberi PT Capella Batam pada konsumen dapat mengakibatkan kerugian dalam perusahaan tersebut yang di sebabkan kekecewaan yang di alami para pelanggan atau konsumen. Pelayanan merupakan aktivitas yang jelas menyiapkan kepuasan konsumen dan atau pemakai industridan terikat di penjualan sebuah produk ataupun layanan lain (Agus and Ilhamsyah 2018 : 26). Adapun masalah yang terdapat di Capella Batam Centre ataupun kecenderungan masalah yang sering terjadi diantaranya yaitu berhubungan bersama kualitas pelayananserta Fasilitas. Untuk kualitas pelayanan, saya melakukan wawancara pada pertengahan Oktober pada 20 konsumen, dan hasilnya 13 konsumen mengeluh tentang kualitas pelayanan yang mampuditinjau di grafikberikut;

**Gambar 1.1** Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan Dealer Capella Motor Honda



**Sumber:** Peneliti(2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 31% konsumen mengeluh dikarenakan karyawan di bagian *frontdesk* kurang *responsif* terhadap *customer*. Berikutnya 23% konsumen kecewa dengan lambatnya jadwal pengiriman motor, untuk pengantaran motor kerumah konsumen kadang tak selaras bersama jadwal yang sudah ditetapkan. Selain itu juga keluhan konsumen yang paling dominan sebanyak 46% adalah masa pre order yang lama. Waktu tunggu ketersediaan motor honda terbaru harus menunggu sekitar satu bulan sejak purchase order untuk ketersediaan motor terbaru .

Dari penjelasan diatas juga harus bergerak cepat untuk menyelesaikan berbagai hambatan demi kemajuan perusahaan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih strategis dan mahir untuk membujuk, memberi inovasi yang berkualitas serta jaminan yang sesuai dengan faktanya. Bukan hanya kualitas yang perlu disatu arahkan diperhatikan melainkan ditambah dengan fasilitas yang ada dalam Perusahaan PT Capella Batam untuk mendukung kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan kepada pelanggan lama dan pelangga yang baru masuk.

Fasilitas merupakan segala sesuatu untuk mendukung kenyamanan pelanggan yang disiapkan atau disediakan oleh perusahaan. Yang dimana perusahaan menyediakan seperti meja, kursi, kipas angin di setiap ruangan, parkir, kantin, ruang konsultan dan lain-lain. Fasilitas perusahaan sangat pendukung bagi sebuah perusahaan sehingga para pengunjung tidak merasakan kewanalan atau kekhawatiran untuk mengunjungi tempat perusahaan tersebut. Fasilitas ialah segalanya baik benda ataupun jasa yang mengiringi layanan yang diberi perseroan baik perseroan jasa, dagang ataupun perseroan industri (Sismiyati, 2017) . Fasilitas yang disediakan di Dealer Capella mampu ditinjau di tabel berikut;

**Tabel 1.1**Fasilitas Dealer Capella Honda Batam Centre

No	Fasilitas	Keterangan
1	Tempat Parkir	Tempat Parkir sempit
2	Kipas Angin	Jumlah kipas Angin yang dipasang hanya 2 unit
3	Ruangan display, <i>Office</i> , ruang konsultasi dan ruang tunggu service	Tatapan Ruang yang kurang rapi sehingga membuat ruangan nampak sempit
4	<i>WIFI</i>	Jaringan <i>Wifi</i> lambat

**Sumber** : Capella Honda Batam Centre (2020)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masalah fasilitas diantaranya, yaitu parkir dikarenakan parkirannya kurang luas membuat customer parkir di depan ruko lain di samping *dealer*. Seterusnya kipas angin yang hanya terpasang dua unit sehingga membuat udara diruangan menjadi gerah memicu konsumen tidak betah menunggu lama lama di dealer tersebut. Kemudian ruangan yang terlalu sempit membuat ruangan display motor menyatu dengan ruang office dan ruang konsultasi, serta ruang tunggu service. Setelah itu juga wifi yang lambat sehingga

customer tidak dapat menggunakannya. Maka dari situ perusahaan Capella Batam meninjau ulang tata fasilitas yang baik agar nilai pandangan konsumen terhadap perusahaan baik dan juga berpengaruh dengan kepuasan konsumen yang diharapkan sebuah perusahaan. Dan juga fasilitas perusahaan di sertai dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen ialah sebuah perihal yang amat bernilai untuk perseroan. Sebab saat konsumen merasa telah puas baik pada produk maupun jasa yang di berikan padanya dampak yang timbul yakni mampu mewujudkan loyalitas untuk perseroan, menciptakan citra perseroan baik dimata konsumen. Apabila ketidakpuasan konsumen maka akan terjadi konsumen tersebut berpindah merek atau langganan yang mempengaruhi kinerja perusahaan berdampak buruk atau kurang baik. Kepuasan konsumen tak hadir secara *instant*, hingga dibutuhkan kerjasama perseroan otomotif bersamapihak yang terkait bersama industri otomotif sepeda motor misalnya Agen Tunggal Motor Honda Capella Batam serta lainnya guna mewujudkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan fasilitas yang disediakan secara praktis.

Kepuasan ialah perasaan suka ataupun kecewa individu yang muncul sebab membandingkan performa yang dipandang bersama produk pada cita pelanggan. Kepuasan Pelanggan tergolong jadi 2 yakni kepuasan fungsional, yang ialah kepuasan yang didapat dari kegunaan ataupun penggunaan sebuah produk, lalu kepuasan psikologikal, yang ialah kepuasan yang didapat dari atribut yang sifatnya tak berwujud. Kepuasan pelanggan ialah perihal yang

mampumemberikan berlimpah kegunaan spesifik untuk perseroan, kegunaan yang diperoleh yakniefek positif pada loyalitas pelanggan, potensi sumber penghasilan masa mendatang utamanya untuk pembelian ulang, meminimalisir biaya komunikasi pemasaran, serta penjualan, dan pelayanan pelanggan, menumbuhkansaran positif *word of mouth* dan mampu menaikkan jaringan pemasok, mitra bisnis serta saluran distribusi. Atas menurunnya kepuasan konsumen sangat berakibat bagi perusahaan, maka terjadi penurunan penjualan sehingga perusahaan mengalami resiko yang sangat besar. Satu diantara perihai yang buuth difokuskan perseroan guna menggapai kepuasan konsumen ialahbersama menyadari utamanya kualitas pelayanan untuk konsumen (Nadianingrum, 2020).

Berikut beberapa data penjualan yang tertera dalam perusahaan PT Capella Batam.

**Tabel 1.2**Data Jumlah Penjualan VI (enam) Bulan Terakhir mulai dari Januari 2020 sampai dengan Juni 2020 PT Capella Batam

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penjualan</b>
January	88
February	74
March	74
April	26
May	32
June	55

**Sumber:** PT Capella Batam

Berdasarkan tabel 1.2 diatas tentang jumlah penjualan yang didapatkan oleh PT Capella Batam dari Januari hingga Juni tahun 2020 mengalami penurunan

yang sangat drastis diawali Januari 2020 dengan jumlah 88 penjualan hingga April 2020 dengan jumlah penjualan 26. Sehingga perusahaan PT Capella Batam mengalami masalah yang sangat besar karena jumlah penjualan yang didapatkan sangat menurun ditambah dengan adanya saingan dari berbagai kalangan yang sama yang membuat PT Capella Batam mengalami hambatan untuk menjalankan misi perusahaan. Pada bulan Mei 2020 jumlah penjualan sedikit meningkat dengan jumlah 32 penjualan dan pada bulan Juni 2020 ikut juga meningkat sedikit dengan jumlah 55 penjualan. Maka dari sini perusahaan PT Capella Batam harus koreksi kesalahan dalam pemberian kualitas pelayanan yang membuat para konsumen tidak merasakan berbagai macam hambatan atau kendala yang dialami PT Capella Batam agar penjualan yang diharapkan oleh perusahaan bisa semaksimal mungkin.

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas pada kepuasan konsumen karena dari hasil penelitian sebelumnya yang masih saling berbeda. Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang di atas, hingga peneliti terdorong guna melaksanakan studi berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Capella Batam**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang yang diuraikan diatas maka mampu diidentifikasi bahwa adanya persoalan yang ada di studi ini antara lain:

1. Pelayanan karyawan yang kurang nyaman dan tak responsif
2. Jadwal pengiriman motor tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, waktu tunggu ketersediaan motor honda terbaru harus menunggu selama satu bulan sejak *purchasing order*.
3. Parkiran yang tersedia terlalu sempit, Kipas angin yang terpasang diruangan hanya tersedia dua kipas angin Kurangnya mutu fasilitas yang diberikan perusahaan.
4. Ruangan display motor menyatu dengan ruang office dan ruang konsultasi, dan jaringan.
5. Kepuasan konsumen yang menurun yang mengakibatkan hasil penjualan ikut menurun.

## 1.3 Batasan Masalah

Batas masalah yang dimaksud untuk memudahkan guna penuntasan persoalan. Cakupan studi ini butuh dibatasi supaya mampu lebih terarah serta mudah dimengertiselaras bersama tujuan studi, maka ruang lingkup penelitian hanya menganalisis:

1. Variabel yang diteliti di batasi pada Kualitas Pelayanan X1 dan Fasilitas X2, yang merupaka variabel independen. Sedangkan Kepuasan Konsumen Y yang meupakan Variabel dependen.

2. Objek penelitian adalah perusahaan PT Capella Batam yang berada di Batam Center Komplek Mahkota Niaga Blok C no 1-3 Batam Kota.
3. Periode Penelitian ini mulai dari bulan Januari 2020 sampai Juni 2020 yang berpusat pada departemen pemasaran dan konsultan.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Sesuai latar belakang, identifikasi persoalan serta pembatas persoalan hingga penulis dapat menemukan persoalan ini antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Capella Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian tujuan persoalan ini dilaksanakan guna mengetahui ataupun menjabarkan perumusan persoalan yakni :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.
3. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan konsumen pada PT Capella Batam.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dalam studi dicitakan mampu memberi manfaat studi guna seluruh bidang yang berkaitan bersama objek studi yakni:

#### **1.6.1 Manfaat secara teoritis**

Capaian dari studi ini dicitakan mampu jadiacuan ataupun rekomendasi untuk perkembangan ilmu manajemen serta menambah kajian ilmu manajemen utamanya guna mengetahui Pengaruh Kualitas serta Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Capella Batam ataupun guna perseroan lainnya.

#### **1.6.2 Manfaat Secara Praktis**

##### 1. Bagi Peneliti

Manfaat dari studi ini untuk peneliti dapat menambah wawasan mengetahui bagaimana kualitas pelayanan serta Fasilitas mempengaruhi Kepuasan dalam memilih jasa ataupun untuk kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya.

##### 2. Bagi Pembaca

Capaian dari studi ini dicitakan mampu memberi pertimbangan guna pihak yang mau membeli sebuah bidang jasa pelayanan, utamanyaditahapan menentukan prosedurpenetapan keputusan yang baik serta tepat.