

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan nilai mutlak karena hal tersebut menjadi suatu kunci dan juga keuntungan bagi perusahaan. Hal tersebut menjadi perhatian khusus bagi penyedia layanan jasa di Indonesia. Penyediaan layana jasa erat kaitannya dengan kepuasan konsumen karena mereka memerlukan langkah dan juga strategi yang tepat agar dapat terus bersaing dan berkembang, Ardista (2021). Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan yang sangat ketat antar perusahaan yang memacu pihak manajemen untuk mengoptimalkan aset-aset perusahaan demi memaksimalkan kinerja dan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan salah satunya dengan cara mengetahui kualitas layanannya. Kepuasan konsemen merupakan hal yang krusial dalam menentukan suksesnya suatu bisnis. Salah satu cara agar kepuasan konsumen dapat tercapai adalah dengan meningkatkan kualitas layanan. Kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan dari perusahaan dalam melakukan segala aktifitas pemasarannya, selain daripada peningkatan *profit* yang menjadi salah satu tujuan utama dari perusahaan.

Dalam kasus ini, perusahaan harus menyediakan produk unggul dan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas layanannya agar tingkat kepuasan konsumen terus meningkat. Menjaga kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci dalam membantu perusahaan agar tetap bisa menjaga pelanggannya tetap

loyal. Selain itu kepuasan merupakan perasaan kecewa maupun senang sebagai hasil perbandingan dari hasil atau penampilan produk yang diterima beserta harapannya. Catherine et al dalam Made Purwa Aditya (2017) Ketika konsumen merasa senang dengan hasil atau penampilan dari produk tersebut, maka ia akan merasa puas terhadap produk tersebut.

Kualitas layanan menurut Sunyoto dalam Ardista (2021) adalah suatu ukuran untuk menilai barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna yang diinginkan. Toyota Auto2000 merupakan perusahaan yang bergerak dibidang otomotif yang paling dikenal secara luas di masyarakat Indonesia terutama di Bandar Lampung khususnya, karena dikenal dengan produk dan layanan yang berkualitas tinggi, tangguh dan terbaik dikelasnya serta disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.

Ada beberapa jenis perusahaan jasa otomotif di Indonesia salah satunya adalah dealer mobil Toyota yaitu dealer Auto2000. Dealer auto2000 di Bandar Lampung ada 3 yaitu Auto2000 Way Halim, Auto2000 Rajabasa, Auto2000 Tanjung Karang Raden Intan (<https://www.toyotalampung.id.com>). Diantara keempat auto2000 ini peneliti memfokuskan pada Auto2000 Way Halim dikarenakan jumlah karyawannya terbesar yaitu sebanyak 107 keryawan terutama yang berkaitan dengan pelayanan, sedangkan untuk jumlah karyawan Auto2000 Raden Intan sebanyak 106 karyawan, Auto2000 Rajabasa 95 karyawan.

Dealer adalah suatu badan atau perorangan yang bertugas sebagai tangan distribusi dari produsen kepada konsumen. Dealer mobil merupakan tempat

membeli kendaraan baru, oleh karena itu perlu beberapa strategi yang baik agar bisa tetap bertahan di dunia bisnis otomotif dan menghadapi persaingan dengan dealer-dealer lain yang menjual kendaraan dengan keunggulannya masing-masing. Salah satu dealer besar yaitu dealer Toyota Auto 2000 yang menawarkan berbagai kendaraan Toyota yang sangat andal untuk konsumennya. Salah satu dealer yang ada di Bandar Lampung adalah dealer Toyota Auto 2000 Way Halim. Terletak di Jl Soekarno Hatta Km. 10 Lintas Timur Sumatera Way Halim, Way Dadi, Kec. Sukarame.

Toyota Auto2000 sebagai salah satu merek yang sudah familiar dikalangan masyarakat Indonesia telah mendapat kepercayaan dari konsumen, dalam rangka mengantisipasi perkembangan persaingan pasar mobil tersebut, maka perlu dilakukan langkah-langkah untuk meningkatkan daya saing mobil Toyota dalam memberikan pelayanannya. Berbagai macam merek mobil yang bersaing ketat dalam pasar mobil di Indonesia antara lain Toyota, Honda, Suzuki, Nissan, Daihatsu, Isuzu, Mercedes dan merek-merek lain yang ada di pasar Indonesia. Cukup banyaknya merek yang beredar di pasar Indonesia menimbulkan semakin banyaknya dealer dari berbagai merek berusaha merebut peluang dari para konsumen, akan menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan.

Dealer Toyota Auto 2000 yang bergerak dibidang otomotif selalu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan atas kegiatan pemasaran jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan dapat diketahui dengan cara memberikan pelayanan terbaik sebelum konsumen membeli produk, jenis pelayanan yang dapat diberikan berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang

ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. Setelah membeli produk, langkah selanjutnya untuk mengukur kepuasan konsumen dengan cara yang paling umum dilakukan yaitu: (a) kesesuaian harapan, (b) minat membeli kembali, (c) kesediaan merekomendasikan.

Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis pelanggan mereka secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu. Tetapi tidak hanya itu saja yang dirasakan sulit oleh perusahaan. Setelah pelanggan membeli produk atau jasanya tersebut maka tugas selanjutnya dari perusahaan adalah menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, agar pelanggan tetap loyal terhadap produknya dan merasakan kepuasan setelah mereka membeli produk tersebut. Loyalitas pelanggan merupakan dimana kondisi konsumen atau pelanggan secara teratur atau tetap melakukan pembelian pada suatu bisnis yang dijalankan perusahaan. Menjaga loyalitas merupakan hal yang sulit dan memberikan tanggung jawab yang besar. Perusahaan harus meningkatkan kualitas agar pelanggan tetap loyal. Banyak perusahaan dibidang yang sama berkompetisi untuk mendapatkan loyalitas konsumen dan meningkatkannya melalui berbagai cara seperti membuat konten yang berkualitas, perusahaan harus mempunyai kepercayaan diri yang tinggi dalam menjalankan bisnisnya.

Kepercayaan yang tinggi akan membuat seseorang lebih unggul dan berbeda dengan para pesaingnya. Loyalitas akan terbentuk saat konsumen percaya akan produk dan layanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan merupakan suatu

dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Artinya, kepuasan konsumen menjadi penting karena perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu konsumen baru dan konsumen lama. Howard & Shelt dalam Bagus (2017) menyatakan kepuasan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadaan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Untuk memenuhi dan menganalisis pelanggan sebagai mana diuraikan sebelumnya, maka yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mempertahankan kualitas yang diinginkan konsumen salah satunya yaitu memberikan layanan dengan baik dan secara maksimal agar dapat menciptakan kepuasan dari konsumen. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa keuntungan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan, serta hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis. Kepuasan konsumen memiliki makna yang sangat penting bagi perusahaan. Tanpa terciptanya kepuasan konsumen, maka konsumen tidak akan bertahan pada jasa suatu perusahaan, sehingga perusahaan tersebut tidak dapat berjalan dengan baik dan tidak dapat berkembang.

Suatu perusahaan akan berkembang jika memiliki jumlah pelanggan yang terus bertambah, namun suatu perusahaan harus memikirkan secara jangka panjang dalam membina hubungan dengan pelanggan, karena yang lebih sulit adalah

bagaimana membuat mereka terus menggunakan produk atau jasa perusahaan daripada mendapat pelanggan baru. Tidak sedikit perusahaan yang terhenti laju operasionalnya karena tidak mampu mempertahankan eksistensi perusahaannya, salah satu caranya yaitu memberikan layanan yang baik untuk menciptakan *loyalty customer*. Memiliki pelanggan yang loyal menjadi target penting bagi perusahaan, hal ini karena mereka dapat membantu bisnis untuk berkembang dan menjaga keberlangsungan pertumbuhan perusahaan. Untuk menarik pelanggan menjadi loyal, perusahaan tidak hanya harus memiliki produk dengan kualitas baik, tapi juga harus memperhatikan kualitas layanan yang baik agar pelanggan puas. Kualitas pelayanan menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Karena, kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang baik. Jenis pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Menurut Kotler dalam (Putro, 2014) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Karena konsumen tidak hanya sekedar membeli produk

melainkan selalu memperhatikan segala sesuatu yang menyangkut aspek kualitas yang melekat pada produk/jasa tersebut, oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu memberikan pelayanan yang cepat, berkualitas dan menyenangkan, mampu untuk membantu konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta bermanfaat, pengetahuan yang dimiliki pegawai, kesabaran dan kesopanan dalam melayani serta mampu menanamkan kepercayaan tentang keamanan dan kualitas produk, menerima dan menanggapi keluhan konsumen, komunikasi yang baik dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian.

Pada penelitian sebelumnya bahasan studi tentang kualitas layanan telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Lubis & Andayani (2018) disimpulkan bahwa kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan hasil penelitian Putro (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Penelitian Made Purwa Aditya (2017) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan timbul rasa puas pelanggan. Penelitian Made et al., (2015) menyatakan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menciptakan kenyamanan para konsumen Auto 2000, maka diberikan fasilitas dan kelengkapan untuk para konsumen yang sedang berada di dealer. Auto 2000 memberikan ruang tunggu dan tempat parkir luas yang nyaman bagi konsumennya. Dealer Toyota Auto 2000 memberikan layanan yang terbaik untuk para konsumennya, konsumen yang melakukan service akan merasa puas karena peralatan yang digunakan teknisi Auto 2000 sudah canggih.

Berikut data keseluruhan *service* di daealer Auto2000 Way Halim tahun 2021 yaitu 11. 850 Orang. Yang dimaksud dengan data *service* yaitu jumlah konsumen yang melakukan *service* di dealer Toyota Auto 2000 Way Halim.

**Tabel 1.1 Tingkat Penjualan  
Dealer Toyota Auto2000 Way Halim**

Bulan	2019		2020		2021	
	Unit	%	Unit	%	Unit	%
Januari	378	16,72	292	20,47	264	13,72
Februari	299	13,23	305	21,39	226	11,75
Maret	380	16,81	343	24,05	338	17,57
April	331	14,65	167	11,71	490	25,46
Mei	638	28,23	132	9,26	344	17,88
Juni	234	10,35	187	13,11	262	13,62
<b>Total</b>	2260	100	1426	100	1924	100

*Sumber: data penjualan Auto 2000 Way Halim 2021*

Pada tabel 1.1 dapat dilihat total penjualan dari tahun 2019-2021. Tahun 2019 total penjualan mobil di Dealer Toyota Auto2000 Way Halim bulan Januari-Juni



tercatat sebanyak 2260 unit, tahun 2020 penjualan bulan Januari-Juni mengalami penurunan menjadi 1426 unit, dan tahun 2021 penjualan bulan Januari-Juni kembali naik menjadi 1924 unit.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEALER TOYOTA AUTO 2000 WAY HALIM DI BANDAR LAMPUNG “

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dibahas diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan meliputi bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Dealer Toyota Auto 2000 Way Halim?
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Dealer Toyota Auto 2000 Way Halim?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara umum tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiviness, assurance, emphaty*) dengan kepuasan konsumen, khususnya di Dealer Auto 2000 Way Halim.

2. Untuk menguji variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Dealer Auto 2000 Way Halim.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian yang diharapkan baik secara teoritis maupun praktis, sehubungan dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Dapat menambah wawasan dan informasi baru tentang kualitas layanan yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan khususnya yang bergerak pada pelayanan jasa.
  - b. Untuk memperkuat teori bahwa kualitas layanan dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 pada prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
  - b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran serta informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Dealer Toyota Auto2000 Way Halim. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan meningkatkan kualitas layanan.

c. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan bacaan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.