

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah masalah kualitas layanan kepada pelanggan agar dapat tetap bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dalam kaitannya dengan bidang pelayanan kepada pelanggan, semua pihak yang bergerak dalam pemberian pelayanan harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) merupakan pendukung untuk kesuksesan perusahaan.¹

Layanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi pelanggan, sehingga bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang begitu ketat, yang harus diprioritaskan

¹Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 181.

oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan untuk bersaing dan menguasai pangsa pasar yang ada.²

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang diinginkan para pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan pada saat ini, khususnya sebagai tolak ukur adalah keunggulan daya saing terhadap perusahaan yang ada.

Konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan usaha. Karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan. Maka konsumen akan sangat puas dan percaya sehingga pemilik usaha tersebut harus berkomitmen terhadap usaha jasa, yang dimana hal tersebut akan membentuk niat konsumen dalam melakukan servis kembali. Dan kita harus memberi pelayanan yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, sehingga konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk melakukan servis yang berkualitas. Salah satu cara yang dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi pelangganya adalah dengan produk yang higienis dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik. Semakin ketatnya persaingan berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.³

²Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, h. 181.

³Aan Zainul, *Mikro Ekonomi Islam 5 Teori Perilaku*, www.belajar.blogspot.com, diunduh pada tanggal 7 Maret 2020.

Strategi penetapan harga harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang tujuan penetapan harga suatu perusahaan. Keputusan penetapan harga merupakan keputusan yang kompleks dan sulit bagi perusahaan, karena keputusan penetapan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran perusahaan. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi di dalam perusahaan. Harga kadang-kadang digunakan sebagai alat mengkomunikasikan kualitas dan nilai suatu jasa apabila pelanggan merasa sulit menilai kemampuan jasa itu sebelumnya. Jika pelanggan akan membeli suatu produk, harga yang tertera dapat disesuaikan dengan kondisi keuangan.⁴

Konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas, bagi konsumen barang mewah yang mempunyai keunikan bagus dari produk perusahaan adalah yang mereka inginkan. Konsumen memiliki batas bawah harga dimana harga yang rendah dari batas itu menandakan kualitas yang kurang baik atau kualitas yang tidak dapat diterima. Sementara itu untuk batas atas harga dimana harga yang tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam pengalaman dan penilaian jasa dari perusahaan, karena kepuasan pelanggan tumbuh secara dinamis dan berkembang sepanjang waktu. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara terus menerus diantaranya melalui promosi, kepedulian sosial, dan bonus yang proporsional. Pelayanan yang baik akan memberikan

⁴Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, h. 182.

kepuasan kepada pelanggan yang akan membuahkan loyalitas dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan.⁵

Adapun harga service yang ditawarkan oleh jasa bengkel motor kepada pelanggan beraneka ragam yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Seperti perbaikan mesin motor yang harganya mencapai kisaran Rp. 450.000, perbaikan velek motor dengan harga Rp. 150.000, perbaikan rangka motor dengan harga Rp. 500.000, pengalasan knalpot motor dengan harga Rp. 100.000, merakit motor dengan harga Rp. 20.000.000, ganti ban motor trail dengan harga Rp. 800.000, bubut mesin motor dengan harga Rp. 250.000, dll. Harga yang diberikan sesuai dengan tingkat kerusakan atau perbaikan dan sesuai dengan hasil kesepakatan bersama, dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dikerjakan dengan baik agar pelanggan merasa puas dengan hasil kerja yang diberikan.

Usaha Jasa Bengkel Motor merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa service. Usaha ini memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan service kepada pengguna motor di kota Watampone. Di mana dalam kegiatan sehari-harinya bengkel ini melayani konsumen.

Semakin ketatnya persaingan dengan usaha jasa service lainnya maka upaya yang dilakukan oleh sang pemilik usaha adalah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, yang terdiri dari: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan), dan *emphaty* (empati), selain memperhatikan kualitas pelayanan yang ada pada usaha jasa servis di jalan Pisang Baru pemilik usaha harus mempertimbangkan

⁵Heru Suprihhadi, *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 5, Tahun 2016, h. 4.

berapa harga servis yang akan dibayarkan oleh konsumen dengan melihat tingkat kerusakan pada kendaraan. Untuk itu penulis tertarik untuk membahas *Pengaruh Harga Servis, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Usaha Bengkel Motor Jln. Pisang Baru)* sebagai salah satu usaha jasa perbaikan motor yang berada di Kabupaten Bone Sulawesi Selatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah pokok di atas maka yang menjadi sub pokok permasalahan dengan judul *Pengaruh Harga Servis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Pada Usaha Bengkel Motor Jln. Pisang Baru)* sebagaimana yang tertua dalam latar belakang penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga servis terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru ?
3. Bagaimana pengaruh harga service dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh harga servis terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru.

- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh harga service dan pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jasa Bengkel Motor di Jln Pisang Baru.
2. Manfaat penelitian
- a. Manfaat ilmiah adalah penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi atau bahan refrensi dalam ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu ekonomi.
 - b. Manfaat praktis adalah penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai peluang bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Ruang lingkup penelitian ini adalah pada bengkel motor jalan Pisang Baru kabupaten bone. Penelitian ini hanya membahas harga servis, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.