



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Hidup kita sehari-hari banyak terbantu dan tergantung pada berbagai jenis jasa. Misalnya transportasi, hiburan, pendidikan, jasa finansial, kesehatan dan lain sebagainya. Bisa kita bayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Apalagi dewasa ini setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk saja, tetapi termasuk pula segala aspek jasa (pelayanan) yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pembelian hingga tahap purna beli.

Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama suatu perusahaan.

Meningkatnya minat dalam sektor jasa telah dibarengi dengan ketidaksepakatan dan perdebatan tentang ada yang membentuk jasa. Dengan kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian pula dengan penjualan mobil bekas, di mana dengan keadaan ekonomi yang semakin sulit sedangkan kebutuhan akan mobil semakin meningkat, hal ini mendorong banyaknya pengusaha yang menggeluti bidang jual beli mobil bekas.

Para pengusaha berupaya mempertahankan para konsumen atau pelanggan mereka, karena upaya mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan upaya mendapatkan pelanggan baru. Pada umumnya lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menarik pelanggan baru. Karena meningkatkan kualitas pelayanan merupakan suatu standar yang harus dilakukan terus menerus untuk dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan. Lebih jauh kehilangan pelanggan dapat menjadi bencana di dalam pasar yang sudah matang dan sedikit sekali mengalami pertumbuhan nyata. Oleh karena itu loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan pelanggan yang murni dan terus menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin di dapat oleh perusahaan.

Hal tersebut juga berlaku pada PT. Alpine Mobil. Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Tetapi dalam masa krisis seperti sekarang ini para pengguna jasa pada PT. Alpine Mobil mengalami penurunan frekuensi pembelian sebesar 30 % pada tahun 2002 dibandingkan dengan tahun 2001. Karena adanya penurunan jumlah yang cukup signifikan tersebut maka sangatlah penting bagi perusahaan untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dengan loyalitas pelanggan perusahaan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama enam bulan terakhir maka diperoleh informasi bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, adapun faktor-faktor tersebut antara lain adalah :

(Tjiptono, 2002 : 16)

Lokasi usaha dimana orang akan memperhitungkan dimana letak perusahaan tersebut apakah mudah dijangkau atau tidak. Harga, konsumen akan

membandingkan harga yang ditawarkan dengan perusahaan lain. Mekanik bengkel, apakah perusahaan mempunyai tenaga ahli yang memadai, Fasilitas / sarana penunjang, konsumen akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi bila fasilitas dan sarana penunjang yang dimiliki oleh perusahaan dalam keadaan baik. Keramahantamahan pekerja, hal ini sangat diperlukan mengingat perusahaan melakukan usaha menjual jasa. Kecepatan dalam mengerjakan pekerjaan, dimana konsumen selalu merasa puas bila ada keluhan ataupun masalah yang dapat diselesaikan secara cepat. Komunikasi yang baik, konsumen akan merasa puas bila perusahaan dapat diajak berkomunikasi dengan baik walaupun mereka belum tentu membeli. Kualitas pelayanan, hal ini sangat diharapkan oleh konsumen karena konsumen akan melakukan pembelian atau tidak juga tergantung dari bagaimana cara perusahaan melayani mereka. Peralatan servis yang memadai, mengingat perusahaan menjual mobil bekas maka perusahaan hendaknya melengkapi peralatan servis yang diperlukan, Gedung yang memadai, tempat untuk melakukan usaha hendaknya merupakan suatu tempat yang layak untuk dikunjungi.

## 1.2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh proses pelayanan jasa penjualan mobil bekas terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alpine Mobil Semarang.

### 1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah terhadap masalah yang diteliti adalah hanya sebatas faktor-faktor yang mempengaruhi proses pelayanan jasa penjualan mobil bekas pada tahun 2002.

### 1.4. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

#### 1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh proses pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Alpine Mobil

#### 1.4.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan (alternatif pemecahan masalah) bagi pengambilan keputusan oleh pimpinan perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan latar belakang penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dikemukakan tentang teori-teori yang mendasari penelitian, kerangka pikir dan definisi operasional.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini dikemukakan tentang lokasi penelitian, jenis dan metode pengumpulan data dan alat analisis data.

## **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dikemukakan tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses pelayanan jasa penjualan mobil.

## **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran.