

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di dunia industri kualitas jasa layanan mempunyai peranan yang penting dalam pemasaran produk atau jasa. Hal ini menjadi pembeda yang efektif dalam memenangkan persaingan industri. Kotler dalam bukunya *Marketing and Management* mendefinisikan *quality* “sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tersurat maupun tersirat” (Kotler dan Keller, 2012). Perusahaan disebut sebagai perusahaan yang sangat berkualitas saat perusahaan tersebut dapat selalu memenuhi kebutuhan pelanggan perusahaan tersebut. Setelah perusahaan menjadi pemimpin pasar dalam hal unggul di teknologi dan harga yang kompetitif, maka perusahaan tersebut juga harus bersaing terkait dengan jasa dan kualitas pada pelanggan. Kualitas jasa dan produk mempunyai pengertian hasil olah produksi, pemeliharaan, dan rekayasa yang digabungkan untuk memenuhi harapan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012).

Bagi konsumen puas dan ketidakpuasan adalah perbedaan antaran kinerja yang diberikan oleh suatu produsen dengan harapan konsumen. Dengan berbagai penelitian yang ada saat ini, disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan reaksi konsumen terhadap penilaian atas barang yang diterima dengan ekspektasi pelanggan terhadap produk atau jasa yang diterima. Reaksi terhadap selisih harapan dengan produk yang diterima ini menjadi tingkat kepuasan konsumen. Maka dengan definisi kepuasan pelanggan tersebut, diharapkan perusahaan dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan harapan terhadapnya. Jika perusahaan dapat memenuhi hal itu, maka perusahaan dapat mendapatkan loyalitas pelanggan, namun sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi hal tersebut maka pelanggan akan membandingkan dengan produk perusahaan yang lain bahkan akan berpindah ke produk yang lain.

Selama ini dealer Nasmoco sudah melakukan program untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan evaluasinya pada kondisi purna jual (*after sales*)

khususnya bengkel. Peningkatan dan evaluasi hanya terbatas pada tingkat kepuasan pelanggan saja, sedangkan dalam hal kepuasan konsumen pada pelanggan Nasmoco belum dilakukan identifikasi secara mendalam. Kepuasan konsumen disini meliputi kemudahan menghubungi bengkel, kemudahan mendapatkan jadwal *service*, lama tunggu dilayani SA, penjelasan SA, fasilitas bengkel, lama waktu *service*, estimasi biaya *service*, pelayanan petugas bengkel, kondisi kendaraan setelah *service* dan produk, yang mana mengategorikan atribut-atribut dari produk ataupun jasa-jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Penelitian untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan apa yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan Nasmoco dan mengetahui nilai dari setiap atribut-atribut pelayanan terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan Nasmoco.

Dicontohkan dalam bisnis perbankan, pelanggan perbankan saat ini mempunyai pilihan atas pemberi produk atau jasa yang hampir sama. Maka perusahaan perbankan yang dapat memenuhi harapan pelanggan yang dapat menjadi lembaga yang dipercaya mereka untuk melakukan transaksi. Jika dilihat dari kacamata pelanggan maka mereka akan selalu memperhatikan setiap perusahaan pemberi produk atau jasa untuk disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Hal ini berdampak pada perusahaan untuk selalu mencari tahu harapan pelanggan untuk disesuaikan dengan layanan atau produk yang mereka berikan (Buchori, 2004).

Nasmoco sebagai *market leader* di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai konsep *Best in Town* yang bertujuan memenuhi kepuasan pelanggan melalui adaptasi terhadap perbedaan karakter setiap daerah / kota. Nasmoco sendiri mempunyai dua bisnis yang paling utama yaitu *sales* / penjualan kendaraan dan *after sales* (purna jual) yang terfasilitasi melalui Bengkel Nasmoco. Dalam Bengkel Nasmoco meskipun sebagai *after sales* namun mempunyai andil dalam *retention customer* untuk melakukan *repurchase* kendaraan Toyota. Maka dari itu, kepuasan pelanggan sangat penting bagi keseluruhan bisnis Nasmoco.

Selama ini Nasmoco telah melakukan program dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggan dan evaluasi pada *after sales* khususnya bengkel, namun hanya terbatas pada tingkat kepuasan pelanggan saja untuk dilakukan peningkatan. Saat ini Nasmoco belum melakukan identifikasi terhadap pengkategorian atribut yang ada di bengkel untuk kepuasan konsumen. Dibutuhkan proses untuk mengkategorikan atribut dari produk ataupun jasa-jasa berdasarkan seberapa baik performa produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Atribut layanan dengan nilai *extent of satisfaction* dan *extent of dissatisfaction* tertinggi memiliki hubungan linier dengan tingkat kepuasan pelanggan sehingga hal ini sangat berpengaruh dengan kenaikan dan penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Penulis melakukan penelitian untuk mengetahui karakteristik atribut-atribut pelayanan yang diberikan oleh bengkel Nasmoco terhadap pelanggan dan seberapa besar atribut tersebut mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dan kekecewaan terhadap layanan bengkel Nasmoco.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Selama ini Nasmoco telah melakukan program untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan evaluasinya pada *after sales* khususnya bengkel, namun hanya terbatas pada tingkat kepuasan pelanggan saja. Nasmoco belum mengidentifikasi karakteristik dan tingkat kepuasan yang diberikan oleh masing-masing atribut.

Jika tidak melihat terhadap karakteristik atribut-atribut dan seberapa baik produk atau jasa memberikan kepuasan, maka setiap *improvement* yang dilakukan dapat menjadi salah sasaran.

Di samping itu setiap perusahaan mempunyai keterbatasan *resources* baik dana, waktu, dan jumlah pekerja. Hal ini membutuhkan ketepatan analisis untuk dapat melakukan perbaikan yang tepat. Dalam penelitian ini akan membahas beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana mengkategorisasi layanan atribut bengkel Nasmoco terhadap kepuasan pelanggan?

2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap performa atribut-atribut pada layanan bengkel Nasmoco dan arah perbaikannya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana mengkategorisasi atribut layanan bengkel Nasmoco terhadap kepuasan pelanggan.
2. Mengetahui nilai performa atribut-atribut layanan bengkel Nasmoco dari konsumen dan arah perbaikannya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen untuk melakukan *improvement* agar tepat sasaran.
2. Bagi penulis, memberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai proses penilaian dan pemilihan atribut pelayanan yang tepat pada suatu variabel penelitian.

### **1.5 Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. New Ratna Motor – Nasmoco Demak dengan batasan sebagai berikut:

1. Atribut pelayanan yang dianalisis di bengkel Nasmoco Demak.
2. Metode yang digunakan adalah model Kano.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam pembuatan skripsi disini terdiri dari:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan tentang apa yang menjadi latar belakang masalah, apa yang menjadi rumusan masalah, apa pertanyaan penelitian, apa yang menjadi tujuan penelitian, apa yang menjadi manfaat penelitian, apa yang menjadi lingkup penelitian, dan apa isi dari sistematika penulisan ini.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisikan dasar dasar teori dan penelitian lain yang mendukung terbentuknya hasil penelitian ini. Adapun teori tentang jasa, kepuasan pelanggan, metode kano, dan lainnya.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang apa yang menjadi desain penelitian, apa yang menjadi jenis dan sumber data, dan bagaimana teknik pengumpulan data dilakukan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas terkait dengan hasil pengolahan data pada bengkel Nasmoco Demak untuk menentukan pengkategorian atribut, penilaian dari performa atribut, dan menentukan atribut yang menjadi prioritas perbaikan.

### **BAB V PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini membahas tentang data, pengolahan data yang berisi teknik-teknik dalam pengolahan data dari awal sampai akhir.

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian ini untuk menjawab tujuan dan saran atas hasil penelitian ini.