

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, tingkat persaingan dalam lanskap bisnis sangat ketat. Untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan konsumen melalui penyediaan produk berkualitas tinggi, penawaran harga yang bersaing, dan pelayanan yang unggul dibandingkan dengan pesaing mereka. Tujuan utama bagi perusahaan ialah berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Tindakan memenuhi kebutuhan konsumen memiliki potensi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif seseorang (Indrasari, 2019). Agar tujuan tersebut dapat dicapai perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen atau keinginan dari konsumen itu sendiri. Baik buruknya kelangsungan hidup perusahaan akan ditentukan dengan puas maupun tidaknya konsumen bagi produk/jasa yang diberikan perusahaan.

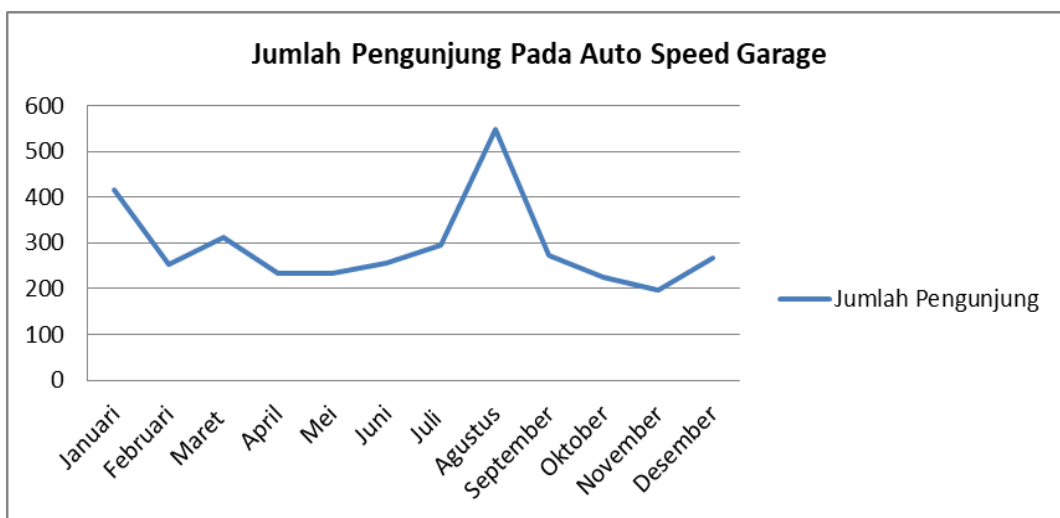
Kepuasan konsumen mengacu pada keadaan emosional yang dialami konsumen saat mengevaluasi kinerja perusahaan sehubungan dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya (Kotler & Keller, 2012). Konsumen yang puas lebih cenderung terlibat dalam pembelian berulang dan terlibat dalam rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif berdasarkan pengalaman subjektif mereka. Persepsi kepuasan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan secara keseluruhan. Menurut Yulita (2022), ketidakpuasan yang dialami konsumen pada saat menerima pelayanan berpotensi mengakibatkan matinya perusahaan pada akhirnya. Untuk memastikan retensi

pelanggan, perusahaan harus memprioritaskan penyediaan layanan berkualitas. Hal ini memerlukan penerapan perubahan dan perbaikan di berbagai aspek organisasi, termasuk sumber daya manusia, kualitas layanan, dan infrastruktur, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kunci dalam menjalin hubungan baik dengan konsumen adalah dengan menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Kotler, 2020). Untuk menarik dan mempertahankan konsumen merupakan tugas yang sulit bagi suatu perusahaan yang diakibatkan munculnya pesaing - pesaing baru. Persaingan ini dilihat pada dunia otomotif. Persaingan yang terjadi saat ini didasari oleh jumlah kendaraan yang terus bertambah seiring dengan kebutuhan masyarakat. Dengan bertambahnya jumlah kendaraan dan kepadatan kegiatan di jalan raya akan menjadikan tuntutan bagi kenyamanan didalam berkendara sehingga akan munculnya peluang usaha salah satunya adalah jasa service. Pada keadaan seperti ini perusahaan akan saling berlomb - lomba untuk memberikan sebuah pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Perusahaan yang memberikan kepuasan dengan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen akan memenangkan persaingan.

Terdapat perusahaan yang berkecimbung dibidang otomotif adalah Auto Speed Garage Seririt yang merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang otomotif kendaraan bermotor dengan memberikan pelayanan jasa servis dan menjual berbagai spare part. Auto Speed Garage merupakan salah satu bengkel yang bersifat tidak resmi (Umum) dengan memberikan jasa servis untuk semua merek kendaraan roda empat. Meski tidak bersifat tidak resmi bengkel Auto Speed Garage dapat bersaing dengan bengkel resmi lainnya dikarenakan harga yang diberikan. Auto Speed Garage memiliki harga yang relatif murah daripada

bengkel resmi yang berkisar dari harga Rp.50.000 hingga Rp.395.000 bergantung dengan jenis masalah yang dihadapi konsumen. Munculnya banyak pesaing tidak menghalangi bengkel Auto Speed untuk bertahan dan berkembang saat ini. Berikut merupakan data jumlah pengunjung dari Auto Speed Garage Seririt pada tahun 2022



Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Auto Speed Garage Seririt Pada Tahun 2022

Berdasarkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan pada Auto Speed Garage mengalami fluktuasi. Dapat dilihat bahwa bulan Januari sebanyak 417 orang, bulan Februari tercatat 252 orang, bulan Maret 311 orang, bulan April, Mei, Juni dan Juli jumlah pengunjung terbilang masih stabil dan mulai mengalami peningkatan pengunjung pada bulan Agustus dengan jumlah 549 pengunjung. Hal inipun didukung melalui sejumlah factor satu diantaranya yakni promosi yang dilakukan oleh Auto Speed Garage guna untuk menarik konsumen. Tetapi meski sudah melakukan promosi pada bulan berikutnya Auto Speed Garage mengalami mengalami penurunan pada bulan September, Oktober, November. Untuk bulan Desember jumlah pengunjung mengalami peningkatan

sebesar 267 orang.

Mengacu kepada pengamatan yang sudah dilaksanakan serta sejumlah informasi yang diterima dari beberapa konsumen Auto Speed Garage yang berjumlah 22 orang, dimana dalam kepuasan konsumen mengalami permasalahan terkait dengan suasana tempat dan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan beberapa informasi yang telah diterima terdapat 17 orang mengeluhkan kelengkapan sarana dan prasarana penunjang pelayanan yang kurang lengkap, 5 responden juga mengatakan pengerjaan cuci kendaraan belum maksimal, 12 responden mengeluhkan mengenai ruang tunggu yang panas, dan 2 responden mengeluhkan mengenai tata letak dari ruang tunggu dan peletakan mobil.

Tingkat persaingan di sektor jasa untuk menarik konsumen cukup tinggi. Pilihan konsumen terhadap bengkel didasarkan pada pencapaian layanan yang memuaskan, dicapai melalui analisis komparatif preferensi konsumen dan pengalaman aktual. Kepuasan konsumen dapat dicapai melalui penyediaan layanan yang luar biasa dan penciptaan lingkungan yang nyaman. Konsumen akan membandingkan suatu pelayanan dari satu perusahaan dengan membandingkan dengan perusahaan lain. Sehingga perusahaan wajib untuk memahami apa yang diinginkan konsumen dengan tujuan mempertahankan pelanggan.

Menurut Tjiptono (sebagaimana dikutip dalam Fatihudin & Firmansyah, 2019), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai standar keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mempertahankan tingkat keunggulan tertentu guna memenuhi harapan konsumen. Tingkat pelayanan yang ditawarkan bagi perusahaan memainkan peran penting didalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan.

Hasil pengamatan yang dilakukan pada Auto Speed Garage pada bagian pelayanan, pelayanan yang diberikan oleh si pemberi pelayanan kurang maksimal. Pada saat konsumen menggunakan jasa cuci kendaraan, kendaraan kurang bersih dan masih terdapat genangan air hal ini dikarenakan banyak tugas yang harus diselesaikan oleh karyawan agar tugas yang diberikan selesai dengan tepat waktu. Kelengkapan peralatan dan perlengkapan sebagai penunjang pelayanan seperti alat untuk sporing dan balancing membuat pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Keadaan ini berbanding terbalik dengan pendapat dari Tjiptono (2005) Kualitas layanan mengacu pada kondisi di mana produk, layanan, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan selaras dengan preferensi dan keinginan konsumen. Temuan Nuraeni et al. (2022) memperlihatkan bahwasanya tersedia hubungan positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT TIKI Cabang Makassar. Bertentangan dengan temuan Tresiya et al. (2019), diamati bahwasanya kualitas layanan tidak mempunyai dampak yang kuat bagi kepuasan konsumen dalam penelitian ini. Penelitian ini mengkaji tentang penyediaan layanan ojek online Go-Jek di Kota Kediri.

Selain pada kualitas pelayanannya, *store atmosphere* juga mengambil peranan penting dalam memuaskan konsumen. Suasana toko mengacu pada dampak emosional kolektif yang dihasilkan oleh karakteristik fisik dari suatu pendirian ritel, menghasilkan pengalaman yang saling memuaskan bagi perusahaan dan pelanggannya (Utami,2013). *Store atmosphere* juga memberikan peranan penting pada sebuah bengkel karena hal tersebut dapat mempengaruhi suasana konsumen saat menunggu ketika mereka menggunakan jasa dari suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan menunjukkan bahwa ruang tunggu dari Auto Speed Garage memiliki udara yang panas yang diakibatkan karena kurangnya ventilasi udara dan tata letak ruang tunggu yang berdekatan dengan ruang pengerjaan. Kenyamanan ruang tunggu harus menjadi sorotan utama bagi perusahaan yang berkecimbung dibidang jasa seperti pada bengkel Auto Speed Garage. Ketika ruang tunggu yang terlalu panas akan membuat konsumen tidak nyaman dan cepat bosan menunggu di dalam Auto Speed Garage dan lebih memilih untuk menunggu di tempat lain.

Tata letak ruang tunggu yang berdekatan dengan ruang pengerjaan akan menimbulkan suara bising, banyak debu dan asap sehingga membuat konsumen kurang nyaman. Tata letak ruang tunggu yang bagus harus memberikan sebuah kenyamanan dan keamanan dengan tujuan memberikan sebuah kepuasan bagi konsumen. Menurut Nadzirummubin (2019), terdapat korelasi positif antara kualitas store atmosphere dengan kepuasan konsumen. Temuan Satrya dan Telagawathi (2021) memperlihatkan bahwasanya tersedia hubungan yang positif secara parsial dan signifikan dari suasana toko dan kepuasan pelanggan di KFC. Berbeda dengan temuan penelitian Budiarto (2018) yang menunjukkan bahwa store atmosphere di Dejavu Café & Eatery Surabaya tidak menyumbang pengaruhnya dengan signifikan bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kesenjangan pada literatur dan teori serta kenyataan dilapangan yang terjadi di Auto Speed Garage Seririt sehingga penulis terdorong melaksanakan kajian studi lebih dalam terkait **Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Auto Speed Garage Seririt.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan penjelasan latar belakang, karenanya peneliti mampu menyusun identifikasi masalah dalam studi ini, mencakup:

- 1 Bengkel Auto Speed Garage memiliki ruang tunggu yang panas dan tata letak yang berdekatan dengan ruang pengerjaan sehingga membuat konsumen kurang nyaman pada saat menunggu.
- 2 Pemberian layanan belum sejalan pada harapan konsumen seperti pada saat menggunakan jasa cuci mobil/motor masih terdapat beberapa bagianpart yang kotor dan genangan air di beberapa tempat.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengacu kepada identifikasi permasalahan yang didapatkan di Auto Speed Garage Seririt, demikian penulis berfokus didalam mengujikan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Terdapat pula rumusan permasalahan yang pengkaji ajukan, diantaranya:

1. Apakah kualitas pelayanan menyumbangkan pengaruhnya bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt ?
2. Apakah *store atmosphere* menyumbangkan pengaruhnya bagi kepuasan konsumen padaAuto Speed Garage Seririt ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *store atmosphere* menyumbangkan pengaruhnya bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berlandaskan penjelasan rumusan masalah, demikian bisa ditetapkan tujuan dari pelaksanaan kajian studi ini yakni diantaranya:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt.
2. Menguji pengaruh *store atmosphere* bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* bagi kepuasan konsumen pada Auto Speed Garage Seririt.

1.6 Manfaat Penelitian

Temuan ini diharap bisa menyumbangkan beberapa kegunaan yang bersifat membangun, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis.

Temuan kajian studi ini diiharap mampu meningkatkan pemahaman ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan pada kualitas layanan, suasana toko, dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari temuan inipun diharap mampu membantu bengkel Auto Speed Garage Seririt dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan suasana toko. Informasi yang diperoleh dari studi ini, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan dan atmosfir toko bagi kepuasan pelanggan, akan sangat berperan dalam proses perbaikan ini.