

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Penjualan mobil di Indonesia semakin tahun semakin meningkat, Indonesia termasuk salah satu pasar otomotif paling potensial di dunia, penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 1,22 juta unit meningkat 10% dari tahun sebelumnya sebanyak 1,12 juta Produk. Angka penjualan kendaraan bermotor Indonesia tentunya menjadi potensi impor suku cadang, aksesoris dan perlengkapan mobil lainnya.

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani pelanggannya, menangani pesaing dan mengeluarkan produk yang sekiranya disukai pelanggan. Di lain pihak pelanggan juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika ternyata tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan tidak hanya akan kehilangan kepercayaan pelanggan tetapi juga berpotensi akan kehilangan pelanggan potensial. Maka dari itu Kualitas Suku Cadang (suku cadang) merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan, produk yang baik akan menciptakan dan menjadikan konsumen menjadi loyal (Philip Kotler, 2005). Pelanggan yang tidak puas akan menyebarkan berita kepada orang lain (Setiadi, 2003). Untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar maka perusahaan juga harus mempelajari perilaku pelanggannya.

Salah satu bisnis atau usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel reparasi mobil. Menurut Kamus Bahasa Indonesia *Online*, bengkel memiliki arti tempat memperbaiki mobil, sepeda, mesin, dsb. Bengkel otomotif adalah tempat dimana kendaraan diperbaiki oleh teknisi atau tenaga mekanik.

Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Medan. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di Bengkel PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan, dimana sebagai salah satu bengkel resmi mobil Honda di kota Medan.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di Bengkel PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan. Diantaranya salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan. Alasan pemilihan kedua variabel tersebut dalam penelitian ini, karena Kualitas Suku Cadang dianggap sebagai faktor yang paling berperan terhadap keputusan pembelian oleh pelanggan, sementara kualitas pelayanan adalah faktor kinerja pelayanan divisi perusahaan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Tjiptono, 2004).

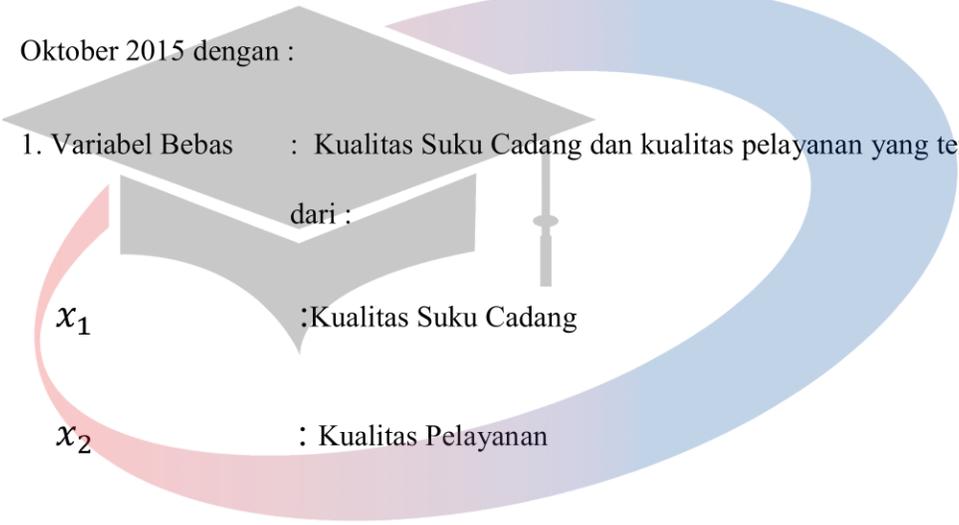
Berdasarkan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara singkat terhadap 10 pelanggan yang servis di Bengkel PT.Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan. responden memiliki jawaban yang beragam dimana 3 dari 10 responden menjawab bahwasannya mereka akan puas ketika pihak bengkel selalu memberikan produk-produk yang berkualitas, 4 dari 10 responden menjawab bahwasannya mereka akan puas ketika pihak bengkel selalu memberikan pelayanan yang berkualitas, 3 dari 10 responden menjawab bahwasannya mereka akan puas ketika pihak bengkel selalu memiliki ketersediaan barang yang dibutuhkan pelanggan. Dari hasil studi pendahuluan tersebut, dapat diketahui bahwa dari 10 pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan memiliki jawaban yang berbeda-beda mengenai kepuasan pelanggan. Dari uraian latar belakang yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Suku Cadang Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah ”Apakah kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan.

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan dan pelanggan PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan. Penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Medan, pengambilan data dari Januari s/d Oktober 2015 dengan :

- 
1. Variabel Bebas : Kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan yang terdiri dari :
 - x_1 : Kualitas Suku Cadang
 - x_2 : Kualitas Pelayanan
 2. Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan.

2. Untuk mengetahui hubungan kualitas Suku Cadang dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Arista Auto Lestari Cabang SM Raja Medan.

1.5. Manfaat Penelitian.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, antara lain :

1) Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan, agar dapat melihat mana kelebihan dan kekurangan perusahaan agar nantinya perusahaan dapat lebih baik lagi.

2) Manfaat Praktisi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku bisnis *bengkel* untuk menentukan strategi ataupun keputusan manajerial yang tepat diantara ketatnya persaingan.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL