

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini industri jasa telah memiliki dominasi yang cukup kuat dalam perekonomian sebuah negara. Perkembangan bidang jasa ini juga disertai dengan berkembangnya konsep-konsep tentang pemasaran jasa yang berbeda dengan pemasaran barang. Pada dasarnya jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apa pun (Kotler dalam Arief, 2007:11).

Menurut Gronsoos dalam Arief (2007:53) pemasaran jasa tidak hanya berfokus pada pemasaran eksternal tetapi pemasarn internal dan interaktif. Pemasaran eksternal merupakan kegiatan normal yang umumnya dilakukan antara perusahaan dengan pelanggan dalam rangka menyiapkan produk, menetapkan harga dan melakukan promosi serta mendistribusikan produk kepada pelanggan. Sementara itu pemasaran internal merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melatih, mengembangkan, dan memotivasi karyawannya agar dapat melayani dengan sebaik mungkin.

Di saat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produk maupun jasanya, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar dengan konsumen semakin besar, ini mendorong setiap perusahaan harus

menempatkan orientasinya pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep yang telah lama di kenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, di pandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kecewa dari hasil perbandingan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan (Kotler,2013:36).

Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang di persepsikan antara harapan sebelum pembelian atau pemakaian dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dalam pemasaran jasa kepuasan konsumen banyak di pengaruhi oleh kualitas pelayanannya. Pelayanan merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan perusahaan penyedia jasa. Ukurannya bukan hanya di tentukan oleh pihak penyedia jasa saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dengan demikian, baik atau buruknya kualitas layanan jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten, dalam hal ini perusahaan di tuntut meningkatkan kualitas pelayanannya agar perusahaan tidak kehilangan para pelanggan akibat dari ketidakpuasan terhadap kualitas produk maupun jasa yang di berikan. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Lovelock dalam Christina Whidya Utami,2010:291).

Faktor lainnya yang sangat mempengaruhi suatu kepuasan konsumen adalah kualitas produk yang di berikan. Jika kualitas produk yang diterima melebihi atau melampaui harapan konsumen maka kualitas produk di persepsikan produk yang ideal, begitu pula sebaliknya jika kualitas suatu produk yang di terima lebih rendah dari harapan konsumen maka produk tersebut di persepsikan buruk.

Kotler (2012:49), menjelaskan kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau

dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (kotler dan amstrong, 2011:346).

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya yang meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk juga merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang di tawarkan haruslah suatu produk yang benar benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang di utamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri, konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pada saat ini, dan ada di Kota Pangkalpinang adalah CV. Sriwijaya Motor. CV. Sriwijaya Motor merupakan perusahaan jasa yang bekerjasama dengan Coca-cola Amatil Indonesia (CCAI), tugasnya ialah menyediakan jasa perbaikan/service dan penempatan kulkas pendingin merek Coca-cola.

CV. Sriwijaya Motor telah bekerjasama dengan Coca-cola Amatil Indonesia (CCAI) sejak tahun 2000 dan telah melayani perbaikan/service dan penempatan kulkas pendingin merek Coca-cola kepada lebih dari 1500 Outlet besar maupun kecil yang berada di pulau Bangka. Outlet dalam kamus bahasa

Indonesia berarti toko/tempat berjualan, dan Outlet-outlet ini merupakan konsumen dari CV. Sriwijaya Motor.

Berikut data dan jumlah Outlet yang mendapatkan jasa perbaikan dan penempatan kulkas pendingin merek Coca-cola di pulau Bangka, diambil dari CV. Sriwijaya Motor terhitung sampai dengan Desember 2015

Tabel I.1 Data dan jumlah Outlet di pulau Bangka.

No	Daerah Kabupaten	Jumlah Outlet
1	Kota Pangkalpinang	332 Outlet
2	Kab. Bangka Tengah	299 Outlet
3	Kab. Bangka Barat	302 Outlet
4	Kab. Bangka Selatan	287 Outlet
5	Kab. Bangka Induk	325 Outlet
Total		1.545 Outlet

Sumber: CV.Sriwijaya Motor, data diolah 2016

CV. Sriwijaya Motor memiliki total 1.545 Outlet yang tersebar diberbagai wilayah pulau Bangka, dan Kota Pangkalpinang memiliki jumlah Outlet terbesar dibandingkan wilayah lainnya di pulau Bangka.

Coca-cola Amatil Indonesia (CCAI) merupakan mitra pembotolan utama untuk Coca- cola system dan bisnis investasi asal Australia, dan telah melayani lebih dari 600.000 Outlet besar maupun kecil di seluruh wilayah Indonesia. CCAI juga telah melayani serta memberikan jasa kulkas pendingin merek Coca-cola kepada 310.000 Outlet di seluruh wilayah Indonesia

Penitipan kulkas pendingin merek Coca ini merupakan bentuk kerja sama antara CCAI dan para Outlet-outlet mereka, kulkas pendingin diberikan agar para Outlet dapat memasarkan produk minuman Coca-cola dalam keadaan dingin dan

dapat digunakan untuk menyimpan minuman itu sendiri. Kulkas pendingin diberikan dengan beberapa syarat, salah satunya yaitu para Outlet harus menjual dan mengisi kulkas tersebut hanya dengan produk dari Coca-cola. Jika terjadi kerusakan CCAI akan memberikan perintah/*work order* kepada CV. Sriwijaya Motor untuk melakukan perbaikan/*service* tanpa meminta biaya apapun kepada Outlet-outlet mereka, dan para Outlet hanya menanggung biaya listrik dari kulkas pendingin tersebut.

CV. Sriwijaya Motor melakukan perbaikan dan penempatan kulkas pendingin merek Coca-cola setelah mendapat perintah atau *work order* dari CCAI (Coca-cola Amatil Indonesia). Jika kulkas pendingin mengalami kerusakan atau gangguan teknis lainnya, para Outlet dapat menghubungi nomor layanan konsumen CCAI yang tertera di kulkas tersebut. Selanjutnya akan diproses oleh CCAI, dan kemudian CCAI memberikan perintah/*work order* kepada CV. Sriwijaya Motor untuk melakukan perbaikan maupun penempatan kulkas pendingin merek Coca-cola.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan pemimpin CV. Sriwijaya Motor, bahwa perintah/*work order* dari CCAI merupakan kendala yang membuat mereka lamban dalam melakukan perbaikan dan penempatan kulkas pendingin sehingga para Outlet banyak yang memberikan kesan negative terhadap layanan yang diberikan oleh CV. Sriwijaya Motor. Hal tersebut dikarenakan prosedur dari perintah/*work order* dari CCAI membutuhkan waktu yang relatif lama yakni 7-10 hari. Lambatnya penanganan layanan perbaikan menyebabkan konsumen (Outlet) menjadi kurang puas.

Kurang puasnya konsumen tersebut sesuai dengan hasil pra survey terhadap Outlet yang berada di Kota Pangkalpinang, dan mengambil 15 Outlet sebagai respondennya. Adapun hasil pra survey sebagai berikut:

Table I.2 Data pra survey Kepuasan Konsumen (Outlet) CV. Sriwijaya Motor

No	Pernyataan dan pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
1	Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas service Coca-cola?			13 (86,6%)	2 (13,3%)	
2	Apakah anda merasa puas dengan kualitas kulkas pendingin merek Coca-cola?		1 (6,6%)	12 (80%)	2 (13,3%)	

Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan hasil pra survey terhadap 15 responden menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Outlet) masih jauh dari harapan awal yang diharapkan oleh konsumen. Kepuasan konsumen (Outlet) terhadap kualitas pelayanan hanya berada pada indikator cukup puas saja, yakni 86,6% responden menjawab cukup puas bahkan 13,3% responden menjawab tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan CV. Sriwijaya Motor. Begitu pula dengan kualitas produk Kulkas pendingin merek Coca-cola, 80% responden menjawab cukup puas, 6,6% menjawab puas, dan bahkan 13,3% responden menjawab tidak puas dengan kualitas kulkas tersebut.

Ketidakpuasan para konsumen (Outlet) diduga disebabkan oleh layanan penanganan kerusakan yang lambat, dan ketahanan kulkas pendingin yang kurang baik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara lanjutan terhadap konsumen pra survey tersebut yang mengatakan bahwa penanganan kerusakan yang lambat dan banyak kulkas pendingin yang rusak dalam kurun waktu yang relatif singkat, yaitu hanya satu tahun bahkan beberapa bulan setelah pemakaian.

Penanganan kerusakan yang lambat, dan ketahanan kulkas pendingin merek Coca-cola yang kurang baik menunjukkan kurang maksimalnya pelayanan maupun kualitas kulkas yang disediakan oleh CV. Sriwijaya Motor kepada konsumen (outlet) mereka. Dan ini merupakan pekerjaan besar bagi CV. Sriwijaya Motor dan umumnya untuk CCAI bagaimana mereka dapat meningkatkan kepuasan para konsumennya baik dari segi pelayanan maupun kualitas kulkas pendingin merek Coca-cola itu sendiri. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai tingkat kepuasan konsumen, tingkat kualitas layanan, dan tingkat kualitas produk dari CV. Sriwijaya Motor dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam.

Berdasarkan ilustrasi diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KULKAS PENDINGIN MERK COCA-COLA (Study kasus pada Outlet-outlet pengguna layanan CV.Sriwijaya Motor yang berada di Kota Pangkalpinang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen (outlet) pengguna jasa layanan CV. Sriwijaya Motor yang berada dikota Pangkalpinang?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Outlet) pengguna jasa layanan CV. Sriwijaya Motor yang berada dikota Pangkalpinang?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Outlet) pengguna jasa layanan CV. Sriwijaya Motor yang berada dikota Pangkalpinang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Outlet) pengguna jasa layanan CV. Sriwijaya Motor yang berada dikota Pangkalpinang?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai masalah yang diteliti, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Outlet) yang berada di kota Pangkalpinang.

Penelitian ini juga hanya berlaku pada Outlet yang berada di kota Pangkalpinang, dan waktu penelitian di lakukan sejak 25 April 2016 sampai dengan selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan tingkat kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen (Outlet) yang berada di kota Pangkalpinang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Outlet) yang berada di kota Pangkalpinang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Outlet) yang berada di kota Pangkalpinang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Outlet) yang berada di kota Pangkalpinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti, sekaligus dapat dijadikan

sebagai tambahan informasi dan referensi yang berguna untuk penelitian yang lebih relevan dan sempurna di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi kepada CV. Sriwijaya Motor khususnya dan umumnya Coca-cola Amatil Indonesia (CCAI) sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan kualitas layanan maupun kualitas produk agar menciptakan kepuasan yang ideal bagi konsumen.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini di harapkan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi CV. Sriwijaya Motor dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan yang di harapkan.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini menggunakan sistematika penyusunan yang di mulai dari satu bab ke bab lainnya secara berurutan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penyusunan.

BAB II . LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan pengukuran variabel, uji kualitas data serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis dan interpretasi data serta pembahasan hasil penelitian yang membandingkan keterkaitan antara hasil analisis data dengan variabel yang diteliti.

BAB V. PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran yang dibuat sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.