

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada saat ini Perusahaan Manufaktur yang tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di wilayah Surabaya. Untuk menunjang kelengkapan bangunan, keamanan serta keindahan rumah dan bangunan umum lainnya bengkel las merupakan suatu usaha yang memberi layanan jasa yang dalam bidang Fabrikasi oleh sebab itu berbagai pesaing bengkel las kian terus berkembang untuk menawarkan produk dan jasa, mulai dari harga tinggi hingga harga rendah dan umumnya berlokasi di daerah – daerah strategis, hal ini di sebabkan manusia berkebutuhan membuat rumah untuk bertahan diri. Namun seiring perkembangan zaman, rumah di jadikan tempat tinggal keluarga karena papan adalah kebutuhan yang harus di penuhi oleh karenanya keamanan dan keindahan artistic rumah semakin di tingkatkan oleh manusia.

Dewasa ini khususnya kota Surabaya, pada usaha bengkel las menunjukkan pertumbuhan yang relatif cukup pesat, terbukti banyaknya pesaing usaha sangat marak dan dapat dijalankan oleh siapa saja usaha bengkel las. Tidak perlu berpendidikan tinggi, asalkan mempunyai kemampuan mengelas dengan baik akan dapat menjalankan usaha bengkel las namun untuk tempat bengkel las sendiri, orang akan dengan mudah

menemukan karena pada umumnya lokasi bengkel las sendiri dekat keramaian. tempat usaha bengkel las semacam ini berada di lokasi industri, perumahan ,kantor , universitas dan lain sebagainya. karena tingkat pertumbuhan ekonomi cukup baik masyarakat surabaya hal ini menjadi peluang bisnis strategis untuk pengusaha dalam kota yang mempunyai kemampuan mencurahkan berbagai strateginya dalam membangun usaha bengkel las namun di sisi lain juga banyak dari masyarakat pendatang yang datang ke kota Surabaya untuk membagan usaha bengkel las dengan kualitas layanan , harga dan tempat yang minim maka mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu pengusaha dalam kota dan masyarakat pendatang bersaing dengan beraneka strategi yang di miliknya.

Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Semakin banyak perusahaan menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa

yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu pilihan setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan harga penawaran dengan harga tinggi dan rendah maka perlunya pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumen dibanding kompetitor-kompetitor yang ada. Permintaan dan kebutuhan konsumen harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel las dan fabrikasi besi. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota surabaya. Layanan dan promosi 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 dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di bengkel las Masa jaya, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di kota surabaya, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada. semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi di bengkel las Masa jaya.

Seberapa besar jumlah konsumennya, hal tersebut tidak menjamin bahwa konsumen akan selalu loyal pada Bengkel las Masa jaya. Bengkel Masa Jaya mempunyai peluang dan tantangan seperti bengkel-bengkel pada umumnya. Konsumen akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan Bengkel las Masa jaya dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali lagi ke Bengkel las Masa jaya menjadi konsumen yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain,

sehingga jumlah konsumen Bengkel las Masa jaya akan bertambah. Tetapi jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan mengeluhkan ketidak puasannya tersebut kepada pihak bengkel las Masa jaya. Ketidak puasannya konsumen atau keluhan konsumen adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan, justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan konsumen, pihak perusahaan bisa lebih banyak belajar mengenal karakter konsumen. Dengan kondisi tersebut, perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidak puasannya konsumen. Mengenali kekecewaan atau keluhan konsumen secara dini adalah suatu sikap bijaksana yang harus dilakukan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan segera dapat mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat menjatuhkan bisnis yang tengah dijalankan perusahaan. Tidak semua keluhan konsumen terungkap dengan jelas. Keluhan tersebut ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan, sehingga kemampuan mendeteksi keluhan konsumen harus dimiliki oleh perusahaan. Untuk mengetahui konsumen merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak bengkel las dengan menyediakan kotak saran maka dapat disimpulkan keluhan dari konsumen - pelanggan bengkel las tersebut dan tentunya keluhan untuk segera di tanggapi dengan begitu pihak bengkel dengan cepat mengambil keputusan yang diperlukan.

Pada umumnya konsumen dalam memilih suatu tempat membuat pintu besi , trails , tangga putar, kontruksi, stenless stell dan sebagainya

akan memperhatikan bagaimana kualitas tempat tersebut, berapa harga dan apakah bersaing dengan tempat - tempat bengkel lainnya, serta tempat yang dapat di jangkau dengan mudah. Mengingat harga penyedia layanan jasa bengkel las relatif standart, maka yang paling menjadi perhatian adalah harga yang relatif sesuai dengan pasaran dan tempat yang mudah di temukan sehingga dapat membuat konsumen merasa puas. Dan untuk mengetahui lebih jauh tentang adanya pengaruh harga dan tempat, maka penulis mengadakan penelitian Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dengan dengan judul : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL LAS “MASA JAYA” DI SURABAYA**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari uraian di atas dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

- a) Apakah kualitas layanan, harga dan tempat secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya?
- b) Apakah kualitas layanan, harga dan tempat yang secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya?
- c) Manakah di antara kualitas layanan, harga dan tempat yang memiliki pengaruh secara dominan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, harga dan tempat yang secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, harga dan tempat yang secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, harga dan tempat yang memiliki pengaruhnya paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, di Surabaya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dan mengambil kebijakan khususnya dibidang manajemen pemasaran, dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada bengkel las MASA JAYA, Surabaya.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai refrensi bagi yang memerlukan informasi-informasi tentang kualitas layanan, harga dan tempat terhadap kepuasan konsumen . Selain itu merupakan syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan masyarakat luas agar digunakan atau dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil Penelitian ini di harapkan digunakan sebagai sumbangan bagi ilmu pengetahuan,wawasan dan pengalaman dari kenyataan yang ada didunia usaha khususnya berkaitan dengan manajemen pemasaran yang menyangkut kualitas layanan , harga dan tempat