

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha yang sangat dinamis memaksa setiap elemen yang terlibat didalamnya untuk selalu adaptif melakukan perubahan dan pembenahan berkelanjutan (*continuous improvement*). Upaya tersebut bukan semata-mata untuk meningkatkan omzet usaha namun terutama perlu dilakukan untuk mempertahankan loyalitas *marketshare* untuk menjamin eksistensi organisasi di tengah persaingan yang kian ketat.

Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya. Dengan banyaknya pelaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan konsumen sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun. Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar konsumen adalah bahan bakar, karena bahan bakar merupakan salah satu bentuk energy yang cukup

mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat di perlukan manusia dalam menunjang segala aktivitasnya. Bahan bakar digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya. Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang baik transportasi darat, laut dan udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital.

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina. Dalam proses peningkatan pelayanan dan Kepuasan pelanggan SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat banyaknya jumlah SPBU di Indonesia. SPBU selalau memberikan inovasi *brand image*, salah satunya adalah SPBU Pertamina PASTI PAS! SPBU Pertamina PASTI PAS! Adalah SPBU yang telah tersertifikasi dapat memberikan pelayanan terbaik yang memenuhi standar PASTI PAS!. Memberikan jaminan kualitas dan kuantitas BBM, pelayanan yang ramah, dan fasilitas yang nyaman untuk mencapai kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah salah satu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap SPBU

yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada SPBU tersebut. Menurut Kolter dan Keller (2009:177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari pelanggan. Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan konsumen sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. SPBU dituntut untuk bersaing, diantaranya kualitas yang baik terhadap kepuasan konsumen. Kesejahteraan penduduk yang terus meningkat diiringi dengan tingginya jumlah kendaraan bermotor. Banyaknya SPBU mengakibatkan persaingan untuk memberikan pelayanan guna tercapainya kepuasan pelanggan.

SPBU No. 54.613.20 memiliki beberapa keunggulan, yang mana beberapa keunggulan yang dimiliki dapat dijadikan penunjang utama dalam memengaruhi minat pelanggan. Berikut merupakan keunggulan yang dijanjikan kepada pelanggan:

No. Beberapa keunggulan yang dimiliki SPBU No. 54.613.20

1. Produk yang ditawarkan ke konsumen memiliki jaminan kualitas
2. Memiliki fasilitas berupa mushola, minimarket, atm, mesin edc, café, toilet, pos

pengisian air radiator dan pompa angin. Kemudian terdapat 4 pos pengisian bahan bakar.

3. Memiliki lokasi yang cukup strategis
4. Memiliki pelayanan yang baik
5. Memiliki strategi yang tidak dimiliki pesaing yang lain
6. Memiliki karyawan yang tanggap pada konsumen

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan. SERVQUAL (*service quality*) yang dilakukan SPBU No. 54.613.20 adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti Fisik Menurut Lupiyoadi (2013;216-217) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Dimensi bukti fisik dapat dinilai melalui:

Lokasi yang dimiliki oleh SPBU No. 54.613.20 strategis, berlokasi di jalan raya kemlagi, kelurahan mojudadi, kecamatan kemlagi, kabupaten mojosuro. SPBU No. 54.613.20 dilengkapi dengan fasilitas pendukung berupa mushola, minimarket, atm, mesin edc, café, toilet, pos pengisian air radiator dan pompa angin. Kemudian terdapat 4 pos pengisian bahan bakar... Hal ini ditandai dengan adanya karyawan yang melayani pelanggan

yang ingin membeli produk yang di jual, jumlah karyawan di SPBU No.54.613.20 sebanyak 20 orang. Karyawan dituntut untuk berpenampilan rapi dan sopan. Melihat dari penjelasan yang disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa SPBU No. 54.613.20 memiliki karakteristik yang memenuhi dimensi kualitas pelayanan bukti fisik.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan Menurut Lupiyoadi (2013;216-217) Keandalan (*realibility*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Dimensi keandalan dari SPBU No. 54.613.20 dapat dinilai melalui:

SPBU No.54.613.20 mempunyai waktu yang tepat dan sesuai dalam menjalankan bisnisnya seperti, ketepatan dalam melayani konsumen. Selain itu. SPBU Np. 54.613.20 selalu berupaya untuk dapat memperhatikan pelanggan dengan sungguh-sungguh untuk semua pelanggan tanpa kesalahan. SPBU No. 54.613.20 juga memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu kepada pelanggan ketika pengunjung sedang ramai akan sangat termudahkan pelayanannya dan SPBU ini akan bertanggung jawab penuh apabila SPBU melakukan kesalahan. Melihat dari strategi tersebut dapat disimpulkan bahwa SPBU No.54,613.20 memiliki karakteristik yang memenuhi dimensi kualitas pelayanan reliabilitas.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan Menurut Lupiyoadi (2013;216-217) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dimensi ketanggapan dari SPBU No. 54.613.20 dapat dinilai melalui:

Tenaga karyawan SPBU No. 54.613.20 dituntut untuk cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, ketanggapan yang ditunjukkan SPBU pada saat melayani permintaan pelanggan yang ingin membeli produk. Karyawan dituntut untuk dapat membantu pelanggan, seperti ketika pelanggan kesulitan memilih produk yang diinginkan dan karyawan memberikan pelayanan dengan tanggap akan hal ini.

Pemilik SPBU yang cepat dalam merespon permintaan pelanggan, dan berupaya semaksimal mungkin agar pelanggan puas. karyawan SPBU, juga dituntut untuk mampu menjelaskan dengan baik serta memberi pelayanan yang baik mengenai produk yang dibutuhkan pelanggan, karyawan SPBU juga dituntut untuk ramah dan mampu memahami kebutuhan serta keinginan dalam memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan. SPBU No.54.613.20 memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga mereka memperoleh pelanggan yang loyal. Melihat dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa

SPBU memiliki karakteristik yang memenuhi dimensi kualitas pelayanan ketanggapan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan Menurut Lupiyoadi (2013;216-217) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communicaton*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Dimensi jaminan dapat dinilai melalui:

Karyawan SPBU No. 54.613.20 dalam melakukan pelayanan dituntut untuk dapat menumbuhkan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan. Didukung dengan adanya arahan dari pemilik SPBU kepada karyawan dimana karyawan haruskan mengerti kebutuhan serta keinginan pelanggan, tidak mengecewakan dan juga harus ramah dan sopan terhadap pelanggan.

Tugas karyawan yang ada di SPBU No.54.613.20 yaitu, melayani pelanggan, memberi informasi yang jelas mengenai kualitas suatu produk kepada pelanggan. Informasi yang diberikan berupa, jenis produk yang ditawarkan yaitu pertamax, pertalite, dan dexlite, serta tingkatan kualitas barang, memberikan saran yang baik kepada pelanggan saat bingung memilih produk. Hal ini dilakukan semata-mata

untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada toko. Melihat dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Toko Baby Putri memiliki karakteristik yang memenuhi dimensi kualitas pelayanan jaminan.

Bukti kelebihan SPBU No. 54.613.20 bertujuan dengan upaya meningkatkan kenyamanan dan kualitas pelayanan bagi konsumen dapat terlihat dari kebijakan- kebijakan yang telah dijanjikan di atas. Semua kebijakan tersebut bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik. SPBU No.54.613.20 merupakan salah satu SPBU yang mengutamakan kualitas pelayanan, dan fasilitas yang memadai agar pelanggan nyaman dan melakukan pembelian ulang terhadap apa yang diberikan. Menanggapi kebutuhan pelanggan, kualitas pelayanan menjadi dasar yang utama dalam mempengaruhi minat pelanggan.

SPBU No. 54.613.20 Kemplagi Mojokerto mulai beroperasi pada tahun 2002. Pada SPBU 54.613.20 Kemplagi Mojokerto terdapat fasilitas berupa mushola, minimarket, atm, mesin edc, café, toilet, pos pengisian air radiator dan pompa angina. Kemudian terdapat 4 pos pengisian bahan bakar yang pada awal berdiri tahun 2002 menjual 2 produk yang terdiri dari premium dan solar. Pada tahun 2014 menjual produk yang terdiri dari premium, solar, dan pertamax, tahun 2015 menjual produk pertalite, solar, pertamax, dan pada tahun 2016 sampai sekarang SPBU No

54.613.20 Kemlagi Mojokerto tidak lagi menjual produk premium dan solar dikarenakan adanya peraturan dari pihak Pertamina, supaya bias mengurangi produk subsidi. Maka SPBU No. 54.613.20 Kemlagi Mojokerto menjual produk baru yang terdiri dari pertalite, pertamax dan dexlite.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU No. 54.613.20. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada SPBU No. 54.613.20 Kemlagi Mojokerto)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU?
2. Apakah variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU?
3. Apakah variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU?

4. Apakah variabel jaminan (assurance) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU?
5. Apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPBU?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai masalah yang telah dirumuskan, tujuan penulis yang hendak dicapai sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan SPBU.
2. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan SPBU.
3. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan SPBU.
4. Untuk menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan SPBU.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan SPBU.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulis yang ingin dicapai, kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penulis sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan

dimensi kualitas pelayanan, sehingga dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

2. Bagi pihak akademi, penelitian ini dapat menambah referensi bagi pembaca dan pertimbangan bagi mahasiswa melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal penulisan dalam dunia kerja dan menambah pengetahuan mengenai pemasaran dalam hal meningkatkan produktivitas penjualan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk dapat memberikan pemahaman yang sesuai dengan tujuan penelitian maka diperlukan pembatasan terhadap ruang lingkup penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penulisan difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas SPBU 54.613.20 Kemlagi Mojokerto. Perusahaan yang diteliti adalah Spbu 54.613.20 Kemlagi Mojokerto