

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan antar perusahaan dalam dunia bisnis pun semakin pesat. Dalam dunia bisnis, dengan adanya persaingan setiap perusahaan akan semakin termotivasi untuk meningkatkan kualitasnya agar tidak tersingkir dalam persaingan tersebut. Mengingat semakin pesatnya persaingan dalam dunia usaha saat ini, banyak perusahaan yang bersaing untuk membuka usaha di berbagai macam bidang, salah satunya adalah usaha di bidangomotif. Semakin banyak persaingan, maka semakin banyak pula barang atau jasa baru yang ditawarkan oleh perusahaan, khususnya perusahaan yang sejenis. Supaya tidak tersingkir dari dunia usaha yang persaingannya semakin banyak, perusahaan perlu melakukan suatu cara yang dapat meningkatkan hasil penjualan, sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut.

Tingginya tingkat persaingan dalam merebut calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang lama agar tidak berpindah ke perusahaan pesaing, membuat setiap perusahaan harus benar-benar fokus pada pelanggan dan berupaya menjalin relasi atau hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu dapat mengenali, memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih baik dari pesaing-pesaingnya. Sejalan dengan itu, kualitas pelayanan menjadi hal yang penting agar dapat memberi kepuasan lebih pada konsumen dan pada akhirnya menjadi nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen yang merasa puas akan jasa/produk yang digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan atau loyalitas pelanggan. Sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas akan jasa/produk yang digunakannya yang dikarenakan buruknya kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen maka akan mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan

tersebut. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain.

Perusahaan harus dapat membangun loyalitas pelanggan karena membangun loyalitas adalah salah satu cara yang baik untuk mencapai pertumbuhan laba. PD Sumber Cahaya Abadi Palembang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang otomotif. PD Sumber Cahaya Abadi menawarkan produk berupa ban dan velg mobil, dan juga jasa berupa bongkar pasang ban, tambal ban tubeless, service serta cat velg mobil. Tentunya dalam menjalankan kegiatan usahanya, Sumber Cahaya Abadi berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, tetapi apakah pelayanan yang telah diberikan tersebut dapat membuat pelanggan khususnya pada masyarakat yang memiliki kendaraan roda empat tetap setia menggunakan barang maupun jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, kualitas pelayanan yang diberikan PD Sumber Cahaya Abadi Palembang belum maksimal. Kondisi ruang tunggu yang dipenuhi dengan ban-ban membuat pelanggan merasa kurang nyaman dengan bau yang ditimbulkan oleh karet ban tersebut.

Kualitas pelayanan adalah tingkat baik buruknya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Di dalam kualitas pelayanan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan itu sendiri. Pada penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Emphaty*, dan *Assurance*. Dari lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang. Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang loyalitas pelanggan setelah menerima pelayanan dari Sumber Cahaya Abadi Palembang, dengan ini bisa diketahui dimensi pelayanan manakah yang paling dominan membangun loyalitas bagi pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul untuk laporan ini adalah “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang**”

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang?
2. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dapat dilihat dari 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*).

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang.
2. Mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis

Dapat sebagai masukan bagi penulis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan untuk menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku kuliah khususnya manajemen pemasaran dalam hal ini mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Perusahaan

- a. Agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.
- b. Agar perusahaan dapat mempertahankan variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PD Sumber Cahaya Abadi Palembang yang beralamatkan di jalan Letjen Alamsyah Ratu Perwira Negara No. 15 A-B Palembang telp (0711-5337506). Penelitian ini tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data.

1. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2010:6) data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer yang penulis gunakan adalah dalam bentuk kuesioner yang akan dibagikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian di PD Sumber Cahaya Abadi Palembang, yang menjadi responden dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor yang

mempengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2010:7) data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data yang penulis peroleh dari berbagai sumber yaitu melalui buku-buku yang berhubungan dengan mata kuliah pemasaran, literatur-literatur berupa contoh laporan akhir sebelumnya.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan akhir ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Studi yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung PD Sumber Cahaya Abadi Palembang. Adapun teknik pengumpulan data yang akan peneliti lakukan yaitu:

a. Wawancara

Menurut Usman (2011:55) wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Dalam teknik ini penulis melakukan wawancara langsung kepada pelanggan yang melakukan pembelian di PD Sumber Cahaya Abadi Palembang

b. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2009:194) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan yang datang pada PD Sumber Cahaya Abadi dengan bentuk pertanyaan yang bertujuan untuk mendapat hasil perhitungan mengenai analisis dimensi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada

PD Sumber Cahaya Abadi Palembang. Dalam hal ini pelanggan yang sudah terpilih menjadi sampel penelitian.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset kepustakaan adalah teknik pengumpulan informasi-informasi secara teroritis melalui literatur-literatur atau referensi yang dijadikan sebagai bahan yang dapat membantu memecahkan permasalahan pada laporan akhir. Atau dengan kata lain, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan membaca buku atau referensi lain untuk mendapatkan keterangan. Pengumpulan data dapat dilakukan di tempat lain dimana tersimpan buku-buku serta sumber-sumber lainnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Menurut Kuncoro dalam Yusi dan Idris (2009:59) populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Sumber Cahaya Abadi Palembang yang tidak diketahui jumlah pasti populasinya.

1.5.4.2 Sampel

Sampel menurut Yusi dan Idris (2009:60) adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Jumlah ukuran sampel pada penelitian ini diambil dari populasi jumlah pelanggan pada Sumber Cahaya Abadi Palembang. Dalam penentuan jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Roscoe, karena pada penelitian ini data akan dianalisis dengan analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2009:129)

“Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Roscoe adalah bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal ialah 10 kali dari jumlah sub variabel yang diteliti”.

Rumus Roscoe:

$$n = (V_x + V_y) \times 10$$

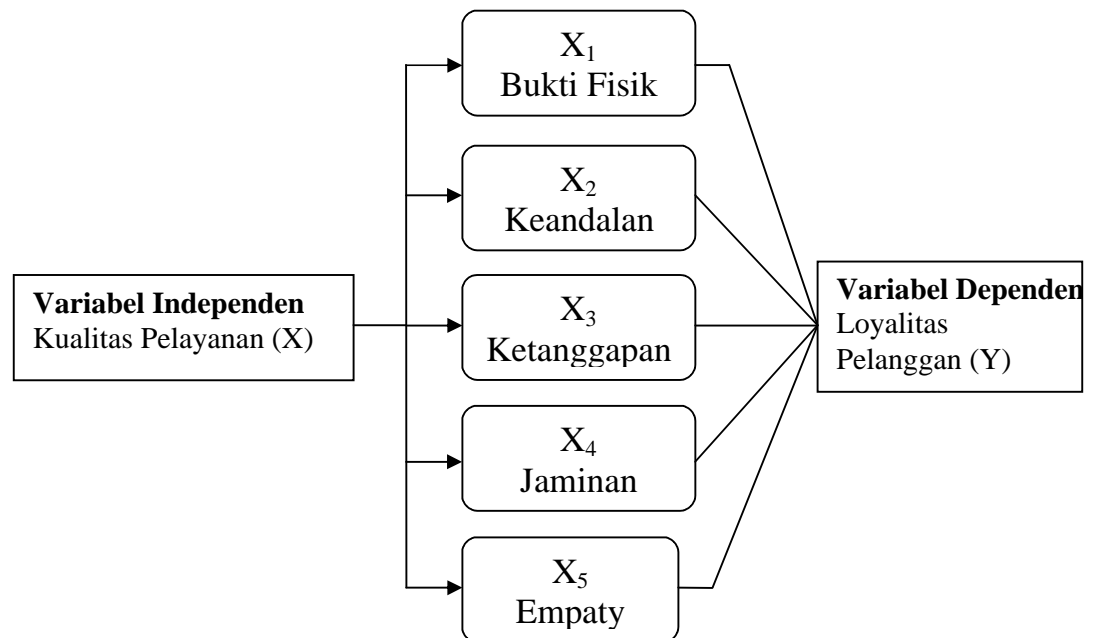
Keterangan:

n = Ukuran Sampel

V_x = Jumlah Variabel X

V_y = Jumlah Variabel Y

Adapun penggambaran variabel-variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:



Sumber: Usman (2011:11)

Gambar 1.1
Penggambaran Variabel-variabel Penelitian

Perhitungan:

$$n = (V_x + V_y) \times 10$$

$$n = (5 + 1) \times 10$$

$$n = 60$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 60 responden. Dalam menentukan sampel penelitian penulis menggunakan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling*. Menurut Usman & Akbar (2011:45) *Accidental Sampling* adalah teknik sampling kebetulan yang dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai. Dalam *Accidental Sampling* sampel yang diambil tidak ditetapkan terlebih dahulu, pengumpulan data dilakukan dari unit yang dijumpai, dipandang sesuai dengan sumber data. Setelah jumlahnya diperkirakan mencukupi, pengumpulan data dihentikan, kemudian data diolah.

1.5.5 Teknik Analisa Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode analisa data kualitatif dan kuantitatif.

1. Metode Analisa Data Kualitatif

Metode analisa data kualitatif digunakan untuk menjelaskan mengenai gambaran pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap loyalitas pelanggan, yang didapat melalui jawaban responden berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Responsiveness, Reliability, Empathy, dan Assurance*) dan dimensi kualitas mana yang perlu ditingkatkan dan yang perlu dipertahankan.

2. Metode Analisa Data Kuantitatif

Metode ini digunakan penulis untuk menghitung jawaban atas kuisioner dari responden. Dalam teknik analisa kuantitatif ini penulis

menggunakan alat bantu berupa program pengolahan data statistik yaitu SPSS untuk mempermudah pengolahan dan perhitungan data sehingga mendapatkan hasil yang akurat. Analisis kuantitatif merupakan teknik dalam menganalisis data dengan menggunakan angka-angka atau rumus-rumus yang kemudian diolah, dianalisis dan ditarik kesimpulan yang pada akhirnya dapat memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti. Adapun teknik kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan persamaan regresi linear. Dalam pengujian ini dapat diketahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PD Sumber Cahaya Abadi Palembang. Bentuk umum regresi linear berganda menurut Yusi dan Idris (2010:135) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Parameter atau koefisien regresi

X_1 = Bukti fisik (*tangibels*)

X_2 = Daya tanggap (*responsiveness*)

X_3 = Keandalan (*reliability*)

X_4 = Empati (*empathy*)

X_5 = Jaminan (*assurance*)

Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, menurut Lupiyoadi (2011:236) masing-masing dimensi kualitas pelayanan tersebut mencakup beberapa item, yaitu:

1. Bukti fisik (X_1) terdiri dari item-item:
 - a. Kemuktahiran peralatan dan teknologi
 - b. Kondisi sarana perusahaan
 - c. Kondisi SDM perusahaan

- d. Keselarasan fasilitas fisik dengan jenis jasa yang diberikan khususnya untuk bangunan kantor perusahaan
2. Daya tanggap (X2) terdiri dari item-item:
 - a. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa
 - b. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi
 - c. Kesiediaan karyawan selalu membantu konsumen
 - d. Kelengkapan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.
 3. Keandalan (X3) terdiri dari item-item:
 - a. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai dengan rencana
 - b. Kepedulian perusahaan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi konsumen
 - c. Keandalan penyampaian jasa sejak awal
 - d. Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan
 - e. Keakuratan penanganan catatan/dokumen
 4. Empati (X4) terdiri dari item-item:
 - a. Perhatian perusahaan kepada konsumen
 - b. Perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen
 - c. Pemahaman akan kebutuhan konsumen
 - d. Perhatian perusahaan terhadap kepentingan konsumen
 - e. Kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan konsumen
 5. Jaminan (X5) terdiri dari item-item:
 - a. Kemampuan SDM perusahaan
 - b. Rasa aman selama berurusan dengan karyawan perusahaan
 - c. Kesabaran karyawan
 - d. Dukungan pimpinan perusahaan pada tugas karyawan.

Sedangkan untuk variabel terikat (dependen) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$Y = \text{Loyalitas pelanggan PD Sumber Cahaya Abadi}$

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, penulis akan menggunakan skala pengukuran yakni skala Likert. Menurut Usman dan Akbar (2011:65) skala Likert telah dikembangkan oleh Rensis Likert di tahun 1932 yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini skala Likert dipakai untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Skala pengukuran dalam skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Tabel 1.1
Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor	Penilaian	Skor
Variabel Independen (X)		Variabel Dependen	
Sangat Setuju	5	Sangat Sering	5
Setuju	4	Sering	4
Kurang Setuju	3	Cukup sering	3
Tidak Setuju	2	Tidak Pernah	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Pernah	1

Sumber: Usman dan Akbar (2011)

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai isi laporan akhir ini secara singkat dan jelas, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab yang masing-masing bab akan dibagi beberapa sub-sub secara keseluruhan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai dasar-dasar dan arah serta permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu:

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

- 1.2 Perumusan Masalah
- 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan
- 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - 1.4.1 Tujuan Penelitian
 - 1.4.2 Manfaat Penelitian
- 1.5 Metodologi Penelitian
 - 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
 - 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
 - 1.5.3 Populasi dan Sampel
 - 1.5.4 Teknik pengumpulan Data
 - 1.5.5 Analisis Data
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan mengemukakan teori-teori serta pendapat para ahli yang dapat mendukung Laporan Akhir ini. Adapun teori yang dicantumkan dalam laporan ini, adalah sebagai berikut:

- 2.1 Pengertian Pemasaran
 - 2.1.1 Pemasaran Jasa
 - 2.1.2 Definisi Jasa
- 2.2 Kualitas Pelayanan
 - 2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan
 - 2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan
- 2.3 Loyalitas Pelanggan
 - 2.3.1 Definisi Loyalitas
 - 2.3.2 Indikator Loyalitas
 - 2.3.3 Tahapan Terciptanya Loyalitas Pelanggan
 - 2.3.4 Definisi Pelanggan
 - 2.3.5 Jenis-jenis Pelanggan

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang keadaan umum perusahaan sebagai objek penelitian untuk mengetahui bagaimana bentuk sistem kerja yang dipakai, yaitu mengenai:

- 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 3.2 Visi dan Misi Perusahaan
- 3.3 Struktur Organisasi
- 3.4 Uraian Tugas
- 3.5 Kegiatan Pelayanan
- 3.6 Profil Responden

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menganalisis berdasarkan data yang telah diperoleh, dimana penulis akan membahas mengenai:

- 4.1 Uji Instrumen Penelitian
 - 4.1.1 Hasil Uji Validitas
 - 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas
- 4.2 Uji Simultan (Uji F)
- 4.3 Uji Parsial (Uji t)
- 4.4 Koefisien Determinasi
- 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda
- 4.6 Pembahasan
 - 4.6.1 Pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
 - 4.6.2 Variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA