

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hingar bingar jalanan kota Banjarmasin dipenuhi dengan berbagai macam jenis alat transportasi. Padatnya kesibukan masyarakat membuat kota Banjarmasin menjadi pusat perekonomian di Kalimantan Selatan dan sekitarnya. Sebagai pusat perekonomian dan bertemunya para pengusaha dan pedagang dari berbagai daerah maka pertumbuhan ekonomi di kota Banjarmasin terus meningkat. Berbagai perusahaan barang dan jasa juga tumbuh pesat memadati kota Banjarmasin

Salah satu dari sekian banyak perusahaan besar yang membuka cabang resminya di kota Banjarmasin adalah perusahaan pembuatan dan perakitan kendaraan bermotor yang terkenal di dunia yaitu perusahaan pembuatan dan perakitan kendaraan bermotor merek Yamaha “Yamaha Indonesia Motor Manufacturing”.¹ Kendaraan bermotor Yamaha banyak diminati di Indonesia, menurut data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), di bulan Oktober 2014 total sport Yamaha terjual 51.375 unit dengan kontribusi terbanyak dari V-Ixion yaitu 75% atau 39.041 unit. Dengan begitu, terhitung dari Januari hingga Oktober 2014, total sport Yamaha

¹ *Situs resmi Yamaha Indonesia*, <http://www.yamaha-motor.co.id/home.html>, diakses pada hari Selasa, 03 Juni 2014, jam 16:20

telah terjual 474.509 unit dari total penjualan bebek di Oktober 39.947 unit. Total penjualan Yamaha di Oktober 2014 adalah 193.238 unit.²

Yamaha Motor Indonesia terus melakukan inovasi yang kreatif untuk menciptakan produk-produk baru yang bisa meningkatkan penjualan mereka. Dengan motto yang menjadi andalan Yamaha Motor Indonesia yaitu “*Yamaha Semakin Di Depan*” maka Yamaha motor Indonesia berusaha untuk memberikan produk-produk terbaiknya agar dapat bersaing di pasar persaingan bisnis kendaraan bermotor roda dua di tanah air.³ Untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya.⁴

Di tahun 2015 ini Yamaha telah meluncurkan sebuah teknologi baru yang disebut dengan teknologi *Blue Core*. Yamaha telah melakukan edukasi teknologi Blue Core ke semua jaringan resmi Yamaha. Tidak hanya itu, dengan semangat *#Lampaui Dirimu* Yamaha telah melakukan edukasi teknologi Blue Core ke lebih dari 600 SMK Binaan Yamaha.⁵

² *Yamaha Pimpin Penjualan Sport R25 Meroket*, <http://www.yamaha-motor.co.id/newsdetail/archive/2014/november/article/yamaha-pimpin-penjualan-sport-r25-meroket.html>, diakses pada hari Selasa, 25 November 2014, jam 21:31

³ *Kelebihan dan Kelemahan Produk Yamaha Motor*, <http://www.anneahira.com/yamaha-motor.htm>, diakses pada hari Selasa, 25 November 2014, jam 20:56

⁴ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, cetakan ketiga, (Jakarta: Rineka Cipta 2006), h.1

⁵ *Yamaha Edukasi Blue Core 600 SMK Binaannya*, <http://www.yamaha-motor.co.id/newsdetail/archive/2015/may/article/yamaha-edukasi-blue-core-600-smk-binaannya.html>, diakses pada hari Minggu, 6 Juni 2015, jam 13.20

Dengan banyaknya para pengguna sepeda motor setiap tahunnya (data lihat lampiran), sehingga secara otomatis permintaan akan jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor itu sendiri juga semakin meningkat. Oleh karena itu perusahaan Yamaha telah menyediakan lebih dari 800 dealer resmi yang tersebar di 30 provinsi seluruh Indonesia.⁶ Ini merupakan sebagai bentuk kepedulian dan perhatian sebuah perusahaan terhadap produk yang mereka pasarkan.

Salah satu dari 17 dealer resmi Yamaha yang ada di Banjarmasin adalah Surya Prima A. Yani Jl. A. Yani KM. 2RT. 14 No. 01 Banjarmasin, dealer ini merupakan Sentral Yamaha se-Kalimantan Selatan. Dengan adanya dealer tersebut sehingga para konsumen yang memiliki kendaraan bermotor merek Yamaha di kota Banjarmasin dan sekitarnya bisa merasakan pelayanan *service* dengan peralatan yang serba canggih serta mekanik yang handal dan bisa mendapatkan (*membeli*) suku cadang yang asli/terjamin kualitasnya dari perusahaan resmi Yamaha, ditambah lagi dengan kondisi fisik dealer yang yaman dan aman dengan berbagai fasilitas seperti ruang tunggu yang bersih dan luas, ber-AC, TV, wifi gratis, kursi dan meja yang bagus, banyak majalah-majalah, air mineral gelas (gratis), tempatnya terpisah dari ruang *service* namun pelanggan masih dapat melihat secara langsung proses *service* yang dilakukan oleh para mekanik karena ruang tunggu dibatasi dengan kaca transaran, ada tempat penitipan helm dan di depan dijanga oleh SATPAM agar

⁶ *Yamaha Motor Mfg-Yamaha Motor Kencana Indonesia*, <http://www.anneahira.com/yamaha-indonesia.htm>, diakses pada hari Minggu, 08 Juni 2014 jam 10:48

terjamin keamana di dealer tersebut sehingga pelanggan tidak bosan dan was-was saat menunggu kendaraannya di *service*.

Namun, apakah dengan adanya dealer resmi dari pihak perusahaan Yamaha Indonesia ini bisa membuat pelanggan kendaraan bermotor merek Yamaha merasakan kepuasan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak dealer resmi dari perusahaan ini, karena jasa biasanya memiliki nilai lebih tinggi dalam kualitas pengalaman dan kepercayaan, semakin tinggi pengalaman yang dimiliki oleh penyedia jasa dan semakin dapat dipercaya maka penyedia jasa tersebut akan semakin diminati oleh para konsumen.⁷ Namun kalau tidak, konsumena akan merasa lebih banyak resiko dalam pembeliannya, hal inilah yang membawa beberapa konsekwensi. Pertama, konsumen jasa biasanya lebih bergantung pada promosi dari mulut kemulut dari pada iklan perusahaan jasa. Kedua mereka sangat mengandalkan harga, personil, dan petunjuk fisik untuk menilai kualitas jasa. Ketiga, bila pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka sangat setia pada penyedia jasa tersebut.⁸ Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian.⁹

⁷ Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, *Manajemen Pemasaran* jilid 2 trejemahan resmi dari buku Philip Kotler, *Marketing Managemet*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 90

⁸ *Ibid.*, h. 90

⁹ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, h. 2

Setiap individu pada dasarnya mempunyai dua kebutuhan yaitu kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Kebutuhan jasmani meliputi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Adapun kebutuhan rohani adalah kebutuhan kepuasan, misalnya dari segi pelayanan dan mutu barang yang dibeli. Terpenuhinya kebutuhan rohani ini sangat menentukan tingkat volume pembelian individu.¹⁰ Jasa pelayanan merupakan faktor penting dalam teori manajemen pemasaran, karena untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.¹¹

Ada tiga macam yang harus dipertahankan dan terus ditingkatkan oleh sebuah perusahaan jasa yaitu meningkatkan *diferensiasi kompetitif* (pembeda yang menonjol dari produk pesaing) mereka, kualitas jasa mereka, dan produktifitas mereka.¹² Ketiga macam tugas perusahaan penyedia pelayanan jasa ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya, karena salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan penyedia layanan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dengan pengelolaan yang baik maka akan menciptakan produktivitas yang baik, kuncinya adalah harus memenuhi atau melebihi harapan kualitas pelayanan jasa pelanggan sasaran.¹³

¹⁰ Sutrisno Kusmawan Ruswandi, *Menemukan Peluang Baru Dari Pelanggan*, (Jakarta: Yudististira, 2006), h. 9

¹¹ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, h.1

¹² Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, *Manajemen Pemasaran*, h. 90

¹³ Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, *Manajemen Pemasaran.*, h. 91

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lampaunya, setelah menerima jasa suatu perusahaan penyedia jasa, mereka akan membandingkan jasa yang dirasakannya dengan jasa yang diharapkannya. Jika jasa yang dirasakannya berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia jasa tersebut. Namun apabila sebaliknya maka mereka akan kembali lagi menggunakan penyedia jasa tersebut.¹⁴ Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang ditawarkan dalam memenuhi harapan pelanggan tersebut (pembeli jasa), secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹⁵

Philip Kotler mengutip dari jurnal Chad Tehune “Home Depot’s Home Improvement”, *wall street journal* 8 Maret 2001; Jika kinerja pelayanan dibawah harapan pelanggan, pelanggan tidak puas. Dan jika kinerja pelayanan memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Namun apabila kinerja pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan amat puas dan senang.¹⁶

Sehingga timbul istilah “*Pelanggan Adalah Raja*”, “*Kepuasan Anda Adalah Keberhasilan Kami*” dan lain sebagainya, karena kunci mempertahankan konsumen adalah memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri.¹⁷ Ini menunjukkan begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi sebuah perusahaan.

¹⁴ Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, *Manajemen Pemasaran*, h. 92

¹⁵ Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran* jilid 1 terjemahan dari buku Philip Kotler *Marketing Management* (Jakarta: Intan Sejati Klaten, 2005), h. 70

¹⁶ *Ibid.*, h. 70

¹⁷ Philip Kotler, *Marketing Management* terjemahan Benyamin Molan, (Jakarta: Indeks, 2005), h. 84

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِكَافِرِينَ إِلَّا أَن تَغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ
 اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”¹⁸

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa bagaimana seharusnya sikap seseorang dalam menafkahkan hartanya di jalam Allah. Hendaknya menafkahkan yang baik dan berkualitas bukan yang buruk dan tidak berkualitas yang dia sendiri saja bahkan tidak menyukai dan menginginkannya. Oleh karena itu dalam memberikan jasa kepada orang lain kita harus memberikan pelayanan kepada orang lain dengan pelayanan yang baik dan berkualitas.

Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam kitab Al Bukhārī hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Imam Bukhārī yang artinya: *“Apabila amanat*

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* 2004, h. 46

disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.¹⁹

Buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”²⁰

Berdasarkan ayat di atas, jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut,

¹⁹ Abi Abdillah Muhammad, *Shahih Al Bukhāri Juz I*, (Bandung, Ponerogo, tth), h.36

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* 2004, h. 72

tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima. Dengan secara tidak langsung, pelayanan yang baik akan mempromosikan barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan karena konsumen merasa puas. Namun kepuasan konsumen tersebut tidak bisa serta merta dengan mudah diciptakan karena kepuasan merupakan sesuatu yang abstrak dan setiap orang mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam menilai kepuasan yang mereka rasakan atas jasa pelayanan yang mereka dapatkan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu (*kualitas*) suatu produk, baik itu berupa barang maupun jasa.²¹ Adapun faktor dimensi kualitas pelayanan ada lima macam yaitu: Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*).²²

Hal yang menyebabkan mengapa harus melakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen adalah penelitian kepuasan konsumen bukan hanya sekedar untuk mengetahui seberapa besar antusias konsumen dengan produk yang dipasarkan saja. Salah satu tujuan penting yang dapat diterapkan dari hasil penelitian dan pengujian kepuasan konsumen ini adalah untuk mengetahui apakah produk yang dipasarkan benar-benar berkualitas dan mampu memuaskan konsumen atau tidak. Jika hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen memperlihatkan bahwa produk yang ditawarkan ada yang tidak bisa memuaskan konsumen, maka perusahaan bisa memperbaiki produk tersebut dengan membuat inovasi baru atau bisa

²¹ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, h. 2

²² J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.*, h.13

memperbaiki dari produk yang di anggap kurang memuaskan konsumen agar konsumen lebih puas dengan produk jasa tersebut dan perusahaan bisa berkembang, inilah mengapa penelitian ini sangat diperlukan.

Meurut seorang cendikiawan muslim Yahya bin Umar aktifitas ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ketakwaan seseorang. Hal ini berarti bahwa ketakwaan merupakan asas dalam perekonomian Islam, sekaligus faktor utama yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional. Oleh karena itu, di samping Al-Qur'an, setiap muslim harus berpegang teguh pada Sunnah dan mengikuti seluruh perintah Nabi dalam melakukan *segala* aktifitas ekonomi. Lebih lanjut Yahya bin Umar menyatakan bahwa keberkahan akan selalu menyertai orang-orang yang bertakwa.²³ Oleh karena itu konsep kualitas pelayanan yang dilakukan dalam penelitian ini semua indikatornya memiliki dalil-dalil dari Al-Qur'an dan Al-Hadis.

Dengan uraian dari latar belakang masalah di atas maka dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengangkat penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Terhadap Kepuasan Konsumen Dealer Resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin”**.

B. Rumusa Masalah

Dari identifikasi masalah yang diuraikan di atas, maka disusunlah rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

²³ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, h. 264

1. Apakah kualitas pelayanan jasa *service* yang meliputi daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin?
2. Variabel manakah dari lima faktor kualitas pelayanan jasa *service* yang meliputi daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel dari kualitas pelayanan jasa *service* secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin
2. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan jasa *service* yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Dari hasil penelitian ini bisa digunakan untuk memperdalam pengetahuan dibidang manajemen pemasaran, khususnya menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi pihak manajemen perusahaan dapat memafaatkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan dan kebijakan strategi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang handal bagi kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti, untuk memperdalam pengetahuan dan pegalaman dalam bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen.
4. Sebagai informasi ilmiah bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah ini, namun dari sudut pandang dan aspek yang berbeda.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman yang mungkin terjadi dalam memahami penelitian ini maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah mutu dari suatu layanan, tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan dengan cara langsung ataupun tindakan secara tidak langsung. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang penulis maksud adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh dealer kepada para konsumen yang datang melakukan service sepeda motor.
2. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatau pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan apapun.²⁴ Jasa merupakan jenis bisnis yang menjual bantuan dan keahlian, produknya tidak berwujud.²⁵ Adapun jasa dalam penelitian ini adalah berupa keahlian para karyawan dan mekanik dalam melayani, memperbaiki, dan melakukan perawatan rutin sepeda motor Yamaha.

3. *Service* adalah bagian dari kegiatan perekonomian yang berkenaan dengan memberikan segala sesuatu yang diperlukan oleh pihak atau orang lain.²⁶ Adapun yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah pemeliharaan, perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor yang diberikan oleh para karyawan dealer kepada konsumen agar performa mesin sepeda motor konsumen tetap prima, stabil dan tahan lama.
4. Kepuasan, secara umum kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.²⁷ Kepuasan dalam penelitian ini meliputi kesesuaian harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka dapatkan dari jasa yang diberikan pihak dealer secara keseluruhan dan kesediaan konsumen menjadi pelanggan tetap pada dealer tersebut serta bersedia merekomendasikan/mempromosikan dari mulut kemulut kepada orang lain.

²⁴ Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, *Manajemen Pemasaran.*, h. 83

²⁵ Susanto, *Kamus Istilah Pemasaran.*, (Jakarta: PT Gramedia, 2002), h. 970

²⁶ Sumadji P., Yuhda Pratama dan Rosita, *Kamus Ekonomi*, h. 599

²⁷ Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran.*, h. 70

5. Konsumen adalah setiap orang atau organisasi yang sangat berpotensi untuk mengkonsumsi barang/jasa dan melakukan pengkonsumsian/pembelian tersebut secara berulang kali karenan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah khusus konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa *service* kendaraan bermotor merek Yamaha pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di dealer tersebut.
6. Dealer adalah pedagang yang mempunyai hak khusus untuk menjual barang dagangan merk tertentu kepada konsumen.²⁸ Dalam penelitian ini pedangan yang memiliki hak khusus menjual sepeda motor, suku cadang, dan layanan *service* dari perusahaan Yamaha yaitu dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.
7. Resmi adalah sah dari pemerintah atau dari badan yang berkuasa.²⁹ Dalam penelitian ini pihak berkuasa yang dimaksud adalah perusahaan Yamaha Motor Indonesia yang meresmikan dealar Surya Prima A. Yani Banjarmasin menjadi dealer Resmi Yamaha.

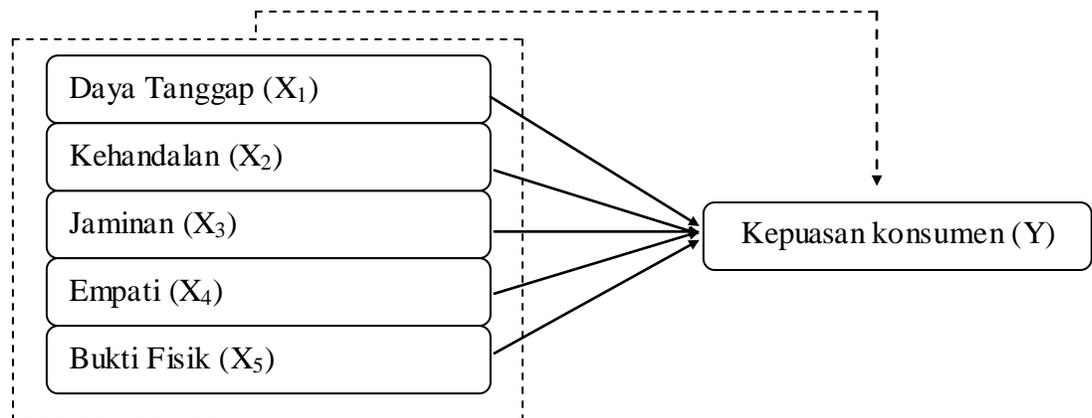
²⁸ Sumadji P., Yuhda Pratama dan Rosita, *Kamus Ekonomi*, (Wipress, 2006), h. 233

²⁹ Eddy Soetrisno, *Kamus Populer Bahasa Indonesia*, (Jakarta : LADANG PUSTAKAN & INTIMEDIA), h.144

F. Kerangka Berfikir

Pokok permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen dan dimensi mana yang pengaruhnya paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

Pengaruh kualitas pelayanan (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen dengan pengujian hipotesis secara simultan dan parsial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar : 1.1 Skema Pengaruh Secara Parsial dan Simultan

Keterangan:

----- : Garis yang berpengaruh secara simultan (uji f) kualitas pelayanan (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen.

_____ : Garis yang berpengaruh secara parsial (uji t) kualitas pelayanan (daya tanggap, kehandalan, jaminan, perhatian dan bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis (dugaan sementara), yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Artinya, hipotesis akan menjadi dalil (acuan) jika telah dibuktikan kebenarannya dengan melalui penelitian.³⁰ Maka dalam penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Hipotesis Secara Simultan

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Jasa *Service* yang meliputi Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Perhatian dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Jasa *Service* yang meliputi Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Perhatian dan Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

³⁰ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, cetakan I, (Yogyakarta : TERAS, 2009), h. 87

2. Hipotesis Secara Parsial

a. Daya Tanggap

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa *service* dari faktor Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

b. Kehandalan

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan jasa *service* dari faktor kehandalan terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Kehandalan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

c. Jaminan

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

d. Perhatian

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Perhatian terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Perhatian terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

e. Bukti Fisik

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan jasa *service* dari faktor Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Dari penelaahan terhadap penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa skripsi yang membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Namun demikian substansi persoalan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini memiliki

perbedaan dengan penelitian-penelitian tersebut. Penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Mutisya Elma (0801158999) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Penyewaan Lapangan Futsal Terhadap Kepuasan Konsumen pada Upik Futsal Banjarmasin*”, skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa penyewaan, sedangkan penelitian yang penulis lakukan ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan jasa *service*.
2. Maria Ulfah (0301155804) yang berjudul “*Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Tabungan Shar-e pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin (Studi Kasus Mahasiswa(i) Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin)*”. Penelitian ini mengangkat tentang sejauh mana kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan produk tabungan *Shar-e* pada bank Muamalat cabang Banjarmasin yang produk tersebut masih ada kendala dalam penggunaannya. Berbeda dengan penelitian yang penulis angkat disini, yaitu lebih fokus pada pengaruh pelayanan dari perusahaan jasa terhadap kepuasan konsumen yang membeli jasa tersebut.
3. Asikin Nur (0601557339) dengan judul “*Kepuasan Konsumen Berbelanja di Pasar Tunggging Belitung Banjarmasin*”, skripsi ini lebih menekankan pada kepuasan konsumen dalam berbelanja barang pada tempat tersebut, berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan lebih menekankan pada kepuasan konsumen dari pelayanan jasa yang didapatkan.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I berisi tentang latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, kemudian ditarik secara eksplisit permasalahan tersebut dalam rumusan masalah, perumusan masalah ini penting karena hasilnya akan menjadi penuntun bagi langkah-langkah selanjutnya.³¹ Lalu disebutkan tujuan penelitian sebagai sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Agar lebih jelas dan terarah dibuat juga definisi operasional, kajian pustaka serta sistematika penulisan

Bab II berisi landasan teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, seperti definisi kepuasan konsumen, definisi kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, serta konsep kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dalam perspektif Ekonomi Islam.

Bab III merupakan metode penelitian yang menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibutuhkan metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, desain penelitian merupakan reka bentuk penelitian, objek penelitian merupakan sarana utama dalam penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, kemudian setelah itu data dianalisis dengan teknik analisis data tertentu, untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuatlah tahapan penelitian yang sistematika.

³¹*Ibid.*, h. 33.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang pemaparan mengenai profil perusahaan serta penyajian data dan analisis data tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa *service* terhadap kepuasan konsumen pada dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani Banjarmasin.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan atau hasil dari penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil dari penelitian ini.