

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alat transportasi roda empat atau mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat kalangan menengah keatas, terbukti dengan semakin tingginya angka pembelian mobil baru maupun bekas disetiap tahunnya, jumlah pengguna transportasi jenis roda empat atau mobil ini semakin tidak terkendali hingga menyebabkan permasalahan yang kian rumit, seperti rusaknya onderdil karena pemakaian yang kurang baik dan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di jalan raya. Ini merupakan bukti bahwa adanya peluang bisnis yang terbuka lebar bagi jasa perbengkelan khususnya bengkel mobil. Sehingga seiring berjalannya waktu, pelaku bisnis di bidang jasa bengkel ini pun semakin menjamur, dengan bermacam harga dan fasilitas yang dimilikinya yang akan memberikan pilihan bagi konsumen dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Pada era globalisasi saat ini, menciptakan suatu lapangan kerja dibidang jasa otomotif semakin ketat, khususnya di Trenggalek yang tidak hanya menyediakan peluang tetapi juga tantangan. Berkembangnya usaha otomotif membuat usaha bengkel mobil ikut terpacu. Bengkel mobil OMEGA 2 yang berada di Jalan Bendo-Ngetal Trenggalek merupakan salah satu usaha jasa perawatan dan perbaikan mobil yang memiliki pemakai jasa atau pelanggan

yang tinggi, eksistensinya diakui dan selalu menjadi tujuan utama para pemilik mobil khususnya warga Trenggalek dan sekitarnya. Dalam menjalankan usahanya, bengkel mobil OMEGA 2 mampu meraih konsumen dalam jumlah yang cukup mengesankan melalui berbagai inovasi dan kualitas pelayanan. Namun ketatnya persaingan usaha perbengkelan di Trenggalek mengharuskan bengkel mobil OMEGA 2 agar selalu meningkatkan kualitasnya baik dari segi internal maupun eksternalnya.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, dengan tujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik, juga ada faktor-faktor lain seperti kinerja karyawan dan tentunya harga untuk mengantisipasi pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan keunggulan usahanya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan usaha-usaha lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama.

Syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena

kelangsungan hidup perusahaan tersebut sangat bergantung pada perilaku konsumennya.

Menurut Gerson (2001) terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan :

Pertama, kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas. *Kedua*, kualitas layanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. *Ketiga*, adalah emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila ia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan tertentu. *Keempat*, adalah harga. Produk atau jasa yang memiliki kualitas sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. *Kelima*, adalah biaya. Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya yang tidak berlebihan atas suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria

¹R.F.Gerson,*Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PPM,2001),hal.18

kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness*(cepat tanggap).²

Dalam perusahaan jasa, salah satu faktor utama yang dijadikan tolak ukur pemakaian jasa adalah harga. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat dan kualitas produk. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya.³

Hasil riset yang dilakukan oleh Eriyanto Prastyo Nugroho (2011) memperkuat teori yang dikemukakan di atas. Eriyanto Prastyo Nugroho (2011) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa UNNES Fakultas Ekonomi)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer pada Mahasiswa UNNES Fakultas Ekonomi.

²Fandy Tjiptono, *Pemasaran*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2002), hal 50

³Moh. Martono. *et. all. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*. dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 2 Nomor 2 (2004)

Sasi Agustin(2016) juga membuktikan dalam jurnal ilmu dan riset manajemen yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi” bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kebab Kingabi.

Meskipun hasil penelitian di atas menyatakan bahwa berpengaruh positif, namun demikian terdapat hasil penelitian yang berbeda. Atmaja (2011) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewajaran harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini artinya kewajaran harga yang diukur melalui harga yang sesuai dengan kualitas layanan, referensi tingkat, penerimaan harga yang ditetapkan dan kewajaran harga yang ditetapkan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian peneliti tersebut, terjadi ketidakkonsistenan hasil, sehingga terdapat perbedaan (*research gap*).⁴

Harga merupakan variabel yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Ketika pelanggan memilih bengkel-bengkel lain yang ada, maka pelanggan akan mengevaluasi harga. Akan tetapi, pelanggan akan membandingkan beberapa standar harga sebagai salah satu referensi untuk melakukan transaksi. Jika harga yang ditawarkan

⁴Enggar Puspita Martha, *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Salon Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Flaurent Salon Yogyakarta)*,(Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan,2015),hal.5

sesuai dengan produk yang ditawarkan maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan. Namun, harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula.

Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa bengkel ini, karena besarnya biaya perbaikan yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tingginya biaya perbaikan akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa bengkel tersebut, demikian sebaliknya apabila biaya perbaikan semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa bengkel tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas

pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka.⁵

Salah satu penelitian yang relevan dilakukan oleh Fransisca Margareta (2016) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Konsumen melalui Kinerja Karyawan pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: faktor kualitas layanan yang meliputi faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Karyawan PT.Gula Putih Mataram” terbukti benar atau hipotesis tersebut diterima.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Buyung (2013), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Alfamart Todopuli di Kota Makassar”, menyatakan bahwa, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamart Todopuli di Kota Makassar. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 86,1% variabel kepuasan konsumendapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak

⁵Yuzza Bayhaqi. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang*. (Universitas Diponegoro: Tesis tidak diterbitkan,2006),hal.15

pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain.

Sejalan dengan hal tersebut, faktor yang menentukan harga dan kualitas pelayanan ditentukan oleh kinerja individu karyawan. Peranan karyawan sangat penting menunjang untuk keberhasilan setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Alasannya karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli. Karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri, sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kegagalan karyawan menyampaikan citra yang baik kepada pelanggan, hanya akan memberikan dampak buruk terhadap persepsi mereka kepada perusahaan.⁶

Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif dan tepat cenderung menurunkan potensi

⁶S.Pantja Djati, *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan* dalam *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1, Maret 2005, hal.48-59

penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.⁷

Kualitas kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan. Jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Hasil riset yang dilakukan oleh Santi Budi Utami (2013) memperkuat teori yang dikemukakan di atas. Santi Budi Utami (2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap nasabah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta.

S. Pantja Djati (2005) juga membuktikan dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan” bahwa kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dan kemudian kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran untuk

⁷Santi Budi Utami, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2013), hal.3

kepentingan pelanggan semakin terbukti dapat dijadikan sebagai dasar untuk menghadapi persaingan di sektor industri jasa yang sangat ketat.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini nantinya adalah untuk memberikan gambaran tentang berbagai macam pelaksanaan pekerjaan yang telah dilakukan sehingga sasaran yang diteliti bisa introspeksi terhadap kinerja mereka, dan selanjutnya menindaklanjuti kearah kinerja yang lebih baik lagi. Selain itu, sebagai motivasi individu maupun organisasi secara keseluruhan sehingga nantinya bisa memacu perkembangannya.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi apa yang harus dipakai agar dapat menciptakan kepuasan dari pelanggan. Karena kepuasan pelanggan akan dapat terbentuk jika dapat memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.⁸

Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan seperti usaha bengkel mobil OMEGA 2 ini, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi usaha tersebut

⁸Fandy Tjiptono, *Pemasaran*. (Yogyakarta : Andi Offset, 2002), hal 54

dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumennya.

Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah dikemukakan diatas, yang melandasi penelitian pada usaha bengkel mobil OMEGA 2 adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang terdiri dari variabel harga servis dan kualitas pelayanan melalui kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* sudah memuaskan atau belum secara langsung dan tidak langsung. Namun seberapa besar pengaruh harga servis dan kualitas pelayanan melalui kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* belum diketahui secara pasti. Untuk itu, penulis meneliti dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Servis, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kinerja Karyawan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Usaha Bengkel Mobil OMEGA 2 Jalan Bendo-Ngetal Trenggalek)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing yang menawarkan jasa dan pelayanan yang sama dibidang jasa perbengkelan.
2. Dengan banyaknya pilihan, konsumen/pelanggan semakin sulit untuk dipuaskan karena selalu kurang dengan produk dan jasa yang sudah ada.

3. Kualitas pelayanan terkadang kurang dipahami oleh penyedia jasa, yang sebenarnya apabila hal ini diperhatikan akan memberikan dampak positif bagi penyedia jasa.
4. Kinerja karyawan biasanya dijadikan tolak ukur dalam kualitas pemilihan dan penggunaan jasa, khususnya pada usaha jasa perbengkelan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara harga servis terhadap kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2 ?
2. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2 ?
3. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara harga servis terhadap kepuasan dengan kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* pada bengkel mobil OMEGA 2 ?
4. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* pada bengkel mobil OMEGA 2 ?
5. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2 ?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara harga servis terhadap kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan bengkel mobil OMEGA 2.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara harga servis terhadap kepuasan dengan kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* pada bengkel mobil OMEGA 2.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan kinerja karyawan sebagai variabel *intervening* pada bengkel mobil OMEGA 2.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel mobil OMEGA 2.

E. Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung atau menolak teori yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti sebelumnya.
2. Sebagai acuan atau dasar teoritis dan pengembangan penelitian bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah kepuasan pelanggan dan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan bisnis.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi untuk perpustakaan IAIN Tulungagung.

b. Praktis

1. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh para pengusaha bengkel khususnya untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor kepuasan pelanggan.
2. Sebagai kontribusi pengetahuan tentang pengaruh faktor harga servis, kualitas pelayanan, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan untuk masyarakat umum.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Ruang lingkup penelitian ini adalah pada Bengkel Mobil OMEGA 2 Jalan Bendo-Ngetal Trenggalek. Penelitian ini hanya membahas variabel harga servis, kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

G. Penegasan Istilah

Supaya para pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul skripsi ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka penulis mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari judul sebagai berikut :

a. Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Harga Servis, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kinerja

Karyawan sebagai Variabel *Intervening*” adalah :

1. Harga Servis adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap konsumen.⁹
2. Kualitas Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, nasabah, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.¹⁰
3. Kinerja Karyawan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.¹¹
4. Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi.¹²

b. Operasional

Definisi operasional merupakan pendefinisian variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk

⁹Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 32

¹⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hal. 83

¹¹Sudjut Budi Utomo, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah BPR Ukabima Grup*, (Yogyakarta : Tesis tidak diterbitkan, 2009), hal. 15

¹²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hal. 27

melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.¹³ Adapun definisi operasional dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (X_1) yaitu Harga Servis

Nilai suatu barang atau jasa dapat diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen/pelanggan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang paling tepat dalam arti memberikan keuntungan yang paling baik. Perusahaan yang menetapkan harga salah, akan dapat menimbulkan kesulitan atau ketidakpuasan konsumen, bahkan dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan.¹⁴

2. Variabel Bebas (X_2) yaitu Kualitas Pelayanan

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Apabila jasa yang diterima sesuai harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan sebaliknya jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik dan tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.¹⁵

3. Variabel *Intervening* (X_3) yaitu Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan yang baik adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam upaya instansi untuk meningkatkan produktivitas. Kinerja

¹³Alimul Hidayat, *Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data*, (Jakarta: Salemba Medika, 2007), hal. 234

¹⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua)*, (Yogyakarta : Andi Utama, 2004), hal. 152

¹⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), hal. 59

seorang karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya.¹⁶ Kinerja karyawan ini akan tercapai dengan baik dari segi kualitas maupun kuantitas apabila didukung oleh atribut individu, upaya kerja dan dukungan organisasi.¹⁷

4. Variabel Terikat (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan jasa.¹⁸

H. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika dalam skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Dengan rincian sebagai berikut :

a. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan halaman abstrak.

¹⁶Santi Budi Utami, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*,hal.38

¹⁷AA. Anwar Prabu Mangkunegara,*Evaluasi Kinerja SDM*,(Bandung : PT Refika Aditama,2009),hal.15

¹⁸Dessy Fitriyani Wulandari, *Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Air Minum Isi Ulang Depot Ishak Desa Lemo Bajo Kecamatan Wawolesea Kabupaten Konawe Utara*,(Kendari : Skripsi tidak diterbitkan,2017),hal.20

b. Bagian Inti

Bagian inti, terdiri dari lima bab dan masing-masing bab berisi sub-sub bab, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas meliputi :

- a. Tinjauan tentang Jasa
- b. Tinjauan tentang Harga
- c. Tinjauan tentang Kualitas Pelayanan
- d. Tinjauan tentang Kinerja Karyawan
- e. Tinjauan tentang Kepuasan Pelanggan

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bagian ini memuat diskripsi singkat obyek penelitian, penyajian dan analisis data.

BAB V :PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian, yang didalamnya berisi pembahasan masing-masing rumusan masalah.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini membuat kesimpulan dan saran-saran dari penulis yang diajukan kepada semua pihak yang berkepentingan.

c. Bagian Akhir

Pada bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.

Demikian garis besar pembahasan skripsi ini, untuk selengkapnya akan dibahas dalam uraian selanjutnya.