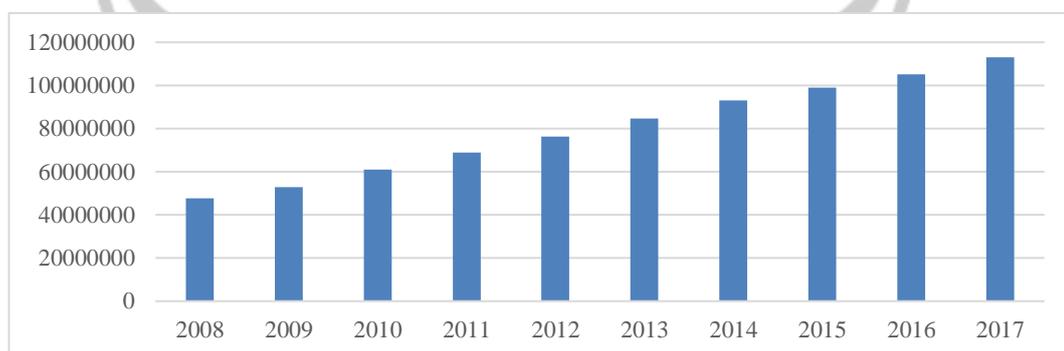


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang dengan jumlah populasi penduduk terbanyak ke-empat di dunia. Padatnya penduduk di Indonesia berbanding lurus dengan jumlah kendaraan pribadi yang digunakan. Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia telah mencapai 100 juta unit pada tahun 2017. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah kendaraan bermotor di Indonesia pada tahun 2017 adalah sebesar 113,030 unit. Hal ini dikarenakan masyarakat yang cenderung menggunakan kendaraan bermotor untuk melakukan aktivitas sehari-harinya. Kebutuhan masyarakat akan kendaraan bermotor yang semakin tinggi menyebabkan meningkatnya industri otomotif di Indonesia.



Sumber: BPS (2019)

**Gambar 1.1**  
**Data Pertumbuhan Sepeda Motor**

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan pertumbuhan sepeda motor di Indonesia selama sepuluh tahun. Data ini menunjukkan pertumbuhan sepeda motor

di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahun yang signifikan. Tingginya pertumbuhan sepeda motor memberikan implikasi terhadap tingginya permintaan akan *service routine* terhadap sepeda motor itu sendiri. Hal ini kemudian berdampak pada peningkatan sektor penyedia barang dan jasa yang bergerak di bidang perawatan kendaraan.

Permintaan akan servis kendaraan yang berdampak pada peningkatan penyedia barang dan jasa yang bergerak di bidang perawatan kendaraan terus meningkat. Peningkatan yang terjadi menimbulkan adanya kompetisi antara masing-masing pelaku usaha yang bergerak di bidang perawatan kendaraan, sehingga menjadi acuan bagi setiap pelaku usaha tersebut untuk menunjukkan keunggulan kompetitifnya dengan tujuan untuk merebut *market* dari sektor penyedia barang dan jasa yang bergerak di bidang perawatan kendaraan.

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu pelaku usaha untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha lain pada industri atau pasar yang sama. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, tujuan utama pelaku usaha harus berorientasi pada kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku usaha memberikan dampak positif pada kepuasan konsumen sehingga menghasilkan loyalitas dari pelanggan tersebut.

Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen sehingga dapat memberikan suatu

dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk mengetahui dengan seksama harapan pelanggan.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Amstrong (2014) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelaku usaha dituntut untuk memberikan penawaran dan pelayanan yang terbaik guna mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Agar konsumen menjadi loyal, perlu dilakukan perubahan diantaranya dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun lingkungan yang bersih dan nyaman.

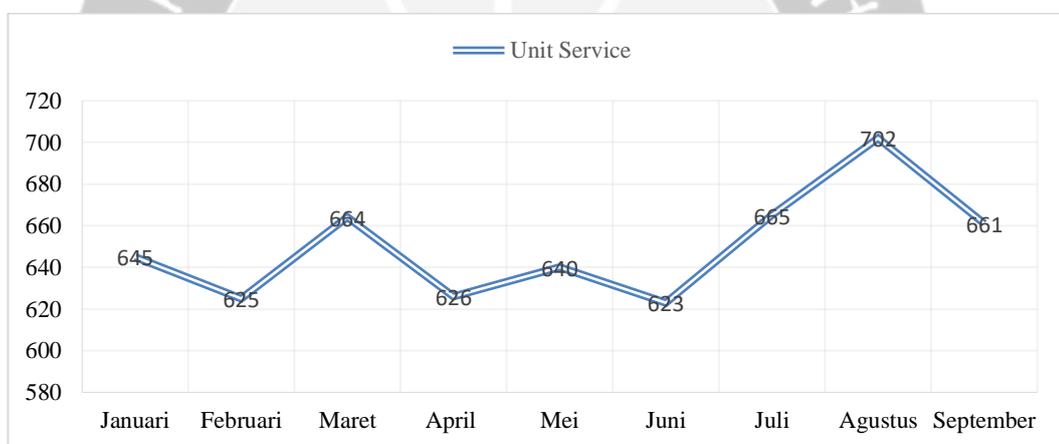
Loyalitas pelanggan menurut Oliver (1997) dalam Cheng dan Rashid (2013) merupakan komitmen yang kuat untuk melakukan banyak pembelian berulang dari produk yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, akan kembali datang untuk menikmati jasa tersebut lalu tidak menutup kemungkinan akan mempromosikan perusahaan tersebut kepada rekan-rekannya. Hal ini berlaku juga untuk setiap pelaku usaha pada industri otomotif terkhususnya pada sektor penyedia barang dan jasa yang bergerak di bidang perawatan kendaraan.

Bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak pada sektor penyedia barang dan jasa yang bergerak di bidang perawatan kendaraan. Bengkel AHASS adalah bengkel motor resmi sepeda motor Honda yang memiliki lambang H2 untuk melakukan

perawatan sepeda motor Honda dan pelayanan *after sales* servis di Indonesia, serta melayani pembelian *spare part* motor Honda atau suku cadang asli Honda. Upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan yang diberikan AHASS terdiri dari beberapa layanan yang ditawarkan. Bentuk layanan yang ditawarkan AHASS terdiri dari *Booking Service* (layanan yang dapat dipesan sesuai dengan waktu yang diinginkan konsumen), *Pit Express* (servis bebas antri dan cepat untuk konsumen yang membutuhkan penggantian oli/part tertentu), *Service Visit* (layanan AHASS datang mengunjungi konsumen baik di rumah maupun di kantor) dan *Reminder Service* (layanan pengingat konsumen untuk jadwal servis berikutnya lewat SMS dan/atau telephone). Bengkel AHASS sendiri memiliki banyak cabang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia yang aktif beroperasi. Hal ini menunjukkan konsistensi dari layanan yang diberikan oleh AHASS untuk pemenuhan harapan pelanggan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Berdasarkan data dari Astra Honda (2019) menunjukkan jumlah bengkel resmi sepeda motor Honda di Indonesia sebanyak 2254 unit. Daerah NTT sendiri memiliki 7 bengkel AHASS dimana untuk daerah Kabupaten Kupang hanya memiliki satu bengkel. Proses pembinaan dan pengawasan tetap dilakukan oleh *main dealer* baik dalam hal manajemen perbengkelan, kualitas pelayanan hingga kebersihan. Selain itu, pembekalan pelatihan mekanik juga dilakukan guna meningkatkan *skill* dan kualitas serta untuk memahami lebih jauh tentang sepeda motor Honda. Hal ini berlaku juga pada Bengkel AHASS Cendana Motor yang merupakan bengkel resmi Honda cabang Kabupaten Kupang.

Bengkel AHASS Cendana Motor terletak di Jalan Timor Raya Km.27 Kupang Timur, Kabupaten Kupang. Bengkel AHASS Cendana Motor bertujuan untuk menyediakan jasa layanan perawatan kendaraan dan penjualan *spare part* sepeda motor Honda. Jasa layanan perawatan kendaraan merupakan standar kualitas layanan yang diterapkan berdasarkan mekanisme operasional dari *main dealer*. Di sisi lain, kondisi psikologis pelanggan di daerah Kabupaten Kupang secara umum cenderung tidak memperhatikan standar operasional yang diterapkan, namun frekuensi pelanggan yang datang untuk melakukan servis atau perawatan kendaraan cenderung meningkat.



Sumber: AHASS Cendana Motor (2019)

**Gambar 1.2**

### **Pertumbuhan Pelanggan AHASS Cendana Motor**

Berdasarkan data dari Bengkel AHASS Cendana Motor (2019) menunjukkan bahwa adanya fluktuasi jumlah pelanggan yang melakukan servis, namun pertumbuhan jumlah pelanggan menunjukkan *trend* yang positif. Hal ini menjadi indikator penyebab peningkatan frekuensi pelanggan yang datang untuk

melakukan servis atau perawatan kendaraan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS Cendana Motor atau tidak, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan dari pelanggan itu sendiri.

**Tabel 1.1**  
**Dimensi Kualitas Layanan**

No.	Gambar	Dimensi	Keterangan
1.		<i>Reliability</i>	Bentuk layanan dalam hal kemampuan melakukan service dengan baik
2.		<i>Responsiveness</i>	Bentuk layanan dalam hal kemampuan untuk merespon permintaan pelanggan
3.		<i>Assurance</i>	Bentuk layanan dalam hal kemampuan untuk memberikan jaminan untuk pelanggan
4.		<i>Empathy</i>	Bentuk layanan dalam hal kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan
5.		<i>Tangible</i>	Bentuk fisik dari Bengkel AHASS Cendana Motor

Tabel di atas merupakan dimensi kualitas layanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS Cendana Motor. Bentuk layanan tersebut diberikan dengan tujuan untuk menstimulus tingkat kepuasan dari konsumen. Tingkat kepuasan yang diberikan oleh konsumen tidak hanya berdasarkan kualitas yang diberikan. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya faktor lain yang mempengaruhi berupa perspektif dari konsumen. Perspektif konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitas layanan bukan menjadi indikator utama dalam mengambil keputusan untuk melakukan servis kendaraan di Bengkel AHASS Cendana Motor. Tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh konsumen kemudian akan berdampak pada tingkat loyalitas konsumen terhadap Bengkel AHASS Cendana Motor.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel AHASS Cendana Motor di Kecamatan Kupang Timur, Kupang, NTT”.

### **1.1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang maka muncul beberapa pertanyaan berkaitan kualitas layanan, kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, dan dalam penelitian ini di rumuskan menjadi beberapa butir masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor?

3. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel AHASS Cendana Motor?
4. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi?
5. Apakah terdapat perbedaan antara kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan di lihat dari jenis kelamin dan pendapatan?

### **1.2. Batasan Penelitian**

1. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan servis di Bengkel AHASS Cendana Motor minimal dua kali dalam satu tahun terakhir.
2. Objek penelitian ini adalah Bengkel AHASS Cendana Motor.
3. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan yang diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Izogo dan Ogba (2015) dengan judul "*Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Automobile Repair Services Sector*".

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian menyangkut kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel AHASS Cendana Motor.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.
5. Mengetahui dan menganalisis perbedaan antara kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan di lihat dari jenis kelamin dan pendapatan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Secara praktis, hasil tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemikiran bagi pimpinan dan manajemen Bengkel AHASS di Kupang untuk mengambil kebijakan sehubungan dengan kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan Bengkel AHASS Cendana Motor di Kecamatan Kupang Timur, Kupang, NTT.
2. Secara teoritis, hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dijadikan rujukan kepustakaan sebagai pedoman dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup beberapa bagian diantaranya latar belakang, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini mencakup beberapa teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian ini, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, serta rumusan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini mencakup mengenai ruang lingkup dari penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, objek penelitian, dan subjek penelitian metode yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian, pengukuran variabel penelitian, teknik dalam pengumpulan data penelitian, metode pengujian data penelitian yang mencakup validitas dan reliabilitas dan hasil dari uji data penelitian yang dilakukan dalam penelitian, dan metode analisis data penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini mencakup langkah dan tahapan yang digunakan dalam proses penelitian, hasil data kuesioner penelitian, profil dari responden, dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan kesimpulan dan saran.