

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, mobilitas manusia semakin meningkat, yang tentunya memerlukan kebutuhan akan transportasi yang tinggi, berbagai macam transportasi terus dikembangkan akhir-akhir ini dengan berbagai macam jenis dan tujuan untuk mempermudah aktivitas manusia. Dari berbagai macam transportasi yang tersedia, transportasi darat cenderung lebih mudah digunakan dan dibeli, transportasi darat yang dapat dibeli dan dimiliki secara individu salah satunya adalah sepeda motor. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang marak dan banyak digunakan terutama oleh masyarakat Indonesia. Disamping harganya yang masih relatif terjangkau, sepeda motor dianggap sudah cukup untuk dapat memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat Indonesia.

Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Wilkie (1990) dalam Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Peter dan Olson (2000) menyatakan bahwa konsumen yang merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan pengaruh positif terhadap minat beli ulang pelanggan.

Dalam industri jasa layanan (bengkel otomotif), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga (Oldy Ardhana, 2010). Selanjutnya, dalam penelitian Nugroho (2000) menyatakan bahwa minat membeli ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Hasil penelitian Puspitasari (2006) memberikan bukti nyata bahwa minat beli ulang dipengaruhi oleh persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa, dalam rangka meningkatkan minat beli ulang, pihak manajemen/perusahaan harus mampu menciptakan pelanggan yang puas pada produk dan jasa layanan perusahaan.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bengkel sepeda motor. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Tanjungpinang. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya.

Demikian juga halnya di bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi, dimana sebagai salah satu bengkel yang ada di kota Tanjungpinang, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji peranan kepuasan pelanggan dalam hubungan kausal antara kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang pelanggan dalam industri jasa bengkel sepeda motor. Penelitian ini mengambil obyek Yamaha Malaka Abadi dengan pertimbangan bahwa, bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi merupakan salah satu bengkel sepeda motor yang memiliki fasilitas yang nyaman dengan peralatan servis yang canggih dan juga memiliki kualitas jasa yang baik, oleh karena itu penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses variabel kualitas jasa dan harga mempengaruhi minat beli ulang, apakah sepenuhnya dikontrol atau dikendalikan oleh (harus melalui) kepuasan pelanggan, terjadi secara langsung atautkah sebagian langsung dan sebagian tidak secara langsung?. Oleh sebab itu dapat dirumuskan secara rinci permasalahan penelitian tersebut sebagai berikut:
 - a. Apakah variabel kualitas jasa dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang?
 - b. Apakah variabel kualitas jasa dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

- c. Apakah variabel kualitas jasa, harga, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. a. Hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga dengan minat beli ulang yang terjadi pada diri pelanggan memiliki variabel kontingensi kepuasan yang derajatnya berbeda-beda, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian: Apakah intensitas pengaruh variabel kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang berubah secara signifikan ketika nilai kepuasan pelanggan mengalami perubahan?
 - b. Hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga dengan minat pembelian ulang yang terjadi pada diri pelanggan memiliki variabel kontingensi karakteristik pelanggan yang kategorinya berbeda-beda, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian: Apakah intensitas pengaruh variabel kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang berubah secara signifikan ketika karakteristik pelanggan berbeda-beda kategorinya?
 - c. Hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga dengan kepuasan pelanggan yang terjadi pada diri pelanggan memiliki variabel kontingensi karakteristik pelanggan yang kategorinya berbeda-beda, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian: Apakah intensitas pengaruh variabel kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan berubah secara signifikan ketika karakteristik pelanggan berbeda-beda kategorinya?

d. Hubungan kausal antara kepuasan pelanggan dengan minat beli ulang yang terjadi pada diri pelanggan memiliki variabel kontingensi karakteristik pelanggan yang kategorinya berbeda-beda, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian: Apakah intensitas pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang berubah secara signifikan ketika karakteristik pelanggan berbeda-beda kategorinya?

3. Bagaimanakah derajat penilaian pelanggan terhadap variabel kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang?

4. Derajat penilaian pelanggan atas variabel kualitas jasa dan harga sangat boleh jadi berbeda-beda antara karakteristik pelanggan yang berbeda-beda pula kategorinya, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: Apakah terdapat perbedaan derajat penilaian pelanggan pada variabel kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang jika ditinjau dari perbedaan kategori dari karakteristik pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas dan lebih terfokus pada hubungan-hubungan variabel yang diteliti, maka perlu dibuat batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang yang sudah melewati masa servis gratis (lebih dari 10.000 km / lebih dari 10 bulan sejak pembelian baru)

dan minimal telah 1 kali menggunakan jasa servis sepeda motor di bengkel Yamaha Malaka Abadi dalam 3 bulan terakhir.

2. Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kualitas layanan pada penelitian ini diukur berdasarkan penilaian atau evaluasi persepsi konsumen dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Kualitas jasa yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen.
 - b. Setelah motor diservis terasa lebih nyaman.
 - c. Kenyamanan di lokasi ruang tunggu.
 - d. Mampu menepati janji.
 - e. Jujur dan integritas.
 - f. Mekanik menguasai seluk-beluk sepeda motor.
 - g. Mekanik mampu melakukan servis dengan benar.
 - h. Mekanik mampu melakukan servis dengan tepat waktu.
 - i. Mekanik dan personil lainnya ramah.
 - j. Kebersihan dan kerapian fasilitas/peralatan terjaga dengan baik.
3. Kotler dan Armstrong (2001) menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga diukur berdasarkan

penilaian atau evaluasi persepsi konsumen dengan indikator sebagai berikut:

- a. Harga sesuai dengan kualitas jasa dan pelayanan yang diberikan.
 - b. Kebijakan harga yang ditentukan oleh bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi terasa menguntungkan bagi konsumen.
 - c. Secara keseluruhan harga untuk memperoleh servis layanan dan berbagai fasilitas mampu bersaing dengan bengkel sepeda motor lainnya.
4. Wilkie (1990) dalam Tjiptono (2014) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan konsumen diukur berdasarkan satu indikator yaitu “secara keseluruhan puas atas jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang”. Sedangkan kelima indikator kepuasan berikut dimaksudkan guna mendapatkan masukan bagi manajemen yaitu:
- a. Kualitas jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang memuaskan.
 - b. Kebijakan harga memuaskan.
 - c. Kenyamanan lokasi ruang tunggu memuaskan.
 - d. Kemampuan mekanik dalam melakukan servis sepeda motor dengan benar memuaskan.
 - e. Kemampuan mekanik dalam melakukan servis sepeda motor dengan tepat waktu memuaskan.

- f. Keramahan mekanik dan personil lainnya memuaskan.
5. Minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin et al. 1992 dalam Kuntjara 2007). Minat beli ulang pada penelitian ini diukur berdasarkan penilaian atau evaluasi persepsi konsumen dengan indikator sebagai berikut:
- a. Akan menggunakan kembali jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang.
 - b. Tidak berminat berpindah ke bengkel lainnya di masa yang akan datang.
 - c. Tetap menggunakan jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang walaupun harga naik.
 - d. Prioritas utama untuk menggunakan jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang.
 - e. Tetap menggunakan jasa layanan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang meskipun lokasi jauh.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris peranan kepuasan pelanggan dalam mengendalikan intensitas pengaruh variabel kausal antara variabel kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang.
 - a. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel kualitas jasa dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel kualitas jasa dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang.
 - c. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel kualitas jasa, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang.
2. Untuk menguji secara empiris hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga yang terjadi pada diri responden sehingga memiliki variabel kontingensi atau situasional kepuasan yang berbeda-beda.
 - a. Untuk menguji secara empiris peranan karakteristik pelanggan dalam hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Untuk menguji secara empiris peranan karakteristik pelanggan dalam hubungan kausal antara variabel kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang.
 - c. Untuk menguji secara empiris peranan karakteristik pelanggan dalam hubungan kausal antara kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang.
3. Untuk menguji secara empiris derajat penilaian pelanggan terhadap variabel kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

4. Untuk menguji secara empiris peranan perbedaan derajat penilaian pelanggan pada variabel kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan dan minat beli ulang berdasarkan perbedaan karakteristik pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain adalah:

1. Bagi manajemen bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang mengenai peranan kepuasan pelanggan dalam hubungan kualitas jasa dan harga dengan minat beli ulang. Hasil penelitian ini nantinya digunakan sebagai dasar penentuan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan.

2. Bagi calon pengusaha

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana penambah wawasan dan bahan bacaan bagi mereka yang berminat dan membutuhkan khususnya dalam bidang pemasaran mengenai industri jasa bengkel sepeda motor.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang uraian teoritis yang digunakan sebagai dasar teori yang mendukung penelitian ini yaitu mengenai kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan, minat beli ulang, penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari bentuk, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen serta metode analisis data.

BAB IV: Analisis Data

Bab ini berisi mengenai analisis dan pengujian data berupa jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan serta pembahasan atas hasil yang diperoleh dalam penelitian.

BAB V: Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian dan saran yang dapat diajukan sebagai bahan pertimbangan khususnya bagi pihak manajemen bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi Tanjungpinang.