**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Semakin banyaknya jumlah pengguna sepeda motor, untuk itulah secara tidak langsung konsumen juga membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya tersebut agar layak pakai, tidak kalah dengan produk baru dan dapat dijual dengan harga yang tinggi. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat terutama pada penyedia jasa servis antara dealer resmi yang bekerja sama dengan merk-merk sepeda motor tertentu yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Oleh karena itu penyedia jasa lebih meningkatkan tujuan yang lebih baik yakni bagaimana cara menumbuhkan konsumen yang puas atas jasa yang diberikan kearah konsumen yang loyal.

Loyalitas pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah dibentuk, karena penyedia jasa haruslah terlebih dahulu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan tingkat layanan yang diterima, dengan tingkat layanan yang diterima sudah melebihi harapan dari pelanggan maka kemungkinan besar kepuasan pelanggan akan terbentuk, dan dengan adanya kepuasan pelanggan akan menuju ke loyalitas pelanggan terhadap jasa yang kita tawarkan.

Untuk mengatasi masalah pada loyalitas pelanggan tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar mendapatkan persepsi positif dipasar sehingga konsumen akan selalu menggunakan jasa dari AHASS tersebut. Salah satu cara agar konsumen menjadi loyal/setia terhadap jasa yang ditawarkan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Karena pelayanan yang baik akan membuat konsumen menjadi puas dalam menggunakan jasa perusahaan, setelah puas maka konsumen akan selalu menggunakan jasa perusahaan atau dalam arti lain akan muncul loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan variabel yang sangat penting peranannya dalam membentuk kepuasan pelanggan, kualitas itu sendiri adalah keseluruhan dari karakteristik dan fitur dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, maka kualitas pelayanan harus menjadi perhatian yang utama bagi perusahaan penyedia jasa. Karena kualitas pelayanan yang baik akan membentuk kepuasan pelanggan yang baik pula, apabila pelanggan sudah merasa puas maka akan berdampak positif kepada loyalitas pelanggan tersebut terhadap perusahaan.

Kondisi keruwetam jalanan kota-kota besar seperti jakarta, bandung, surabaya dan masih banyak lagi, sering mengalami kemacetan membuat masyarakat lebih memilih alat transportasi sepeda motor ini ketimbang mobil pribadi. Mayoritas akan memilih sepeda motor dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan mobil, karena dirasakan dapat menjawab tantangan yang ada sekarang ini. Bahkan kecenderungan baru disinyalir banyak pengguna mobil yang beralih ke sepeda motor karena faktor ekonomi Indonesia yang semakin tidak menentu dan menekan rakyat. Masyarakat juga merasakan kemudahan dalam pembelian sepeda motor di Indonesia dimana hampir 75% - 80% diantaranya merupakan peran serta dari perusahaan pembiayaan (leasing) kendaraan bermotor dan beberapa bank pinjaman kredit. Sistem ini sangat membantu masyarakat untuk memiliki sepeda motor pribadi secara cepat walaupun dengan bunga kredit yang tinggi hingga 30%. Sepeda motor diprediksi akan menjadi tren dan kebiasaan baru di masyarakat yang akan terus berkembang seiring dengan isu bahannya bahan bakar, kemacetan dan waktu jelajah di Indonesia. Dibawah ini penulis akan menampilkan data pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia dari tahun 2009-2013.

**Tabel 1.1**

**Pertumbuhan Industri Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2009-2013**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Pertumbuhan** |
| 2009 | 52.767.093 |
| 2010 | 61.078.188 |
| 2011 | 68.839.341 |
| 2012 | 76.381.183 |
| 2013 | 84.732.652 |

*Sumber : Kantor Kepolisian Republik Indonesia*

Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, dihadapi oleh para produsen otomotif sepeda motor untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli. Secara umum antara lain adalah faktor kualitas produk, hemat bahan bakar, praktis penggunaannya, kenyamanan berkendara, kelanggengan produk, dan yang terpenting adalah harganya harus terjangkau masyarakat. Namun seiring perkembangan jaman, permintaan tersebut melebar hingga menciptakan segmen baru dalam masyarakat, sebagai contoh produk utama harus dilengkapi dengan teknologi mesin lebih besar, model gagah, ruang lebih besar dan nyaman, mendapatkan kemewahan walaupun harganya lebih mahal, bahkan harus mudah mencari spare part jika kendaraan mengalami kerusakan. Semua tantangan ini harus dijawab cepat, baik dan tepat bagi produsen otomotif di Indonesia jika ingin tetap eksis dalam menjual produk dan selalu menguntungkan.

Salah satu dunia usaha yang berkembang pesat karena adanya peningkatan pembelian sepeda motor saat ini adalah dalam usaha jasa perbengkelan. Seiring dengan selalu meningkatnya jumlah produksi sepeda motor menyebabkan jasa perbengkelanpun semakin dibutuhkan. Hal ini sangat dipengaruhi jumlah sepeda motor dari tahun ke tahun terus bertambah tersebut. Bengkel – bengkel sepeda motor saat ini tetap ramai pengunjung meskipun dengan keadaan persaingan yang ketat. Banyaknya jumlah pengendara sepeda motor menjadi salah satu penyebabnya. Bengkel yang memiliki kualitas terbaik dan memenuhi kepuasan pelangganlah yang paling ramai dan memiliki pelanggan yang loyal. Hal ini mencakup kenyamanan, harga atau biaya yang bersaing serta fasilitas bengkel yang lengkap seperti sarana penunjang yang lengkap serta peralatan dan perlengkapan yang canggih (factory look) sesuai standar serta yang memperkerjakan mekanik-mekanik yang mempunyai skill dan kemampuan yang terbaik tentang sepeda motor.

Saat ini keberadaan bengkel sepeda motor sudah semakin mudah kita jumpai, terutama bengkel-bengkel resmi dari pabrikan sepeda motor yang sudah cukup kita kenal seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Diantara kelima parbikan motor tersebut, bengkel resminya yang paling banyak dijumpai saat ini adalah bengkel resmi dari sepeda motor Honda yakni yang berlogo AHASS. Bengkel resmi sepeda motor Honda yakni AHASS (Astra Honda Authorized Serviced Station) tersebar diberbagai daerah di Indonesia yang dipilih sesuai dengan jumlah penyebaran sepeda motor Honda dan kebutuhan akan perlunya layanan purna jual yang baik. Saat ini PT Astra Honda Motor didukung 29 main dealer Honda, 1.817 dealer Honda, 3.646 bengkel resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS), 250 outlet layanan sepeda motor Honda, 350 bengkel mitra binaan, 7.652 toko suku cadang yang siap melayani jutaan pengguna sepeda motor Honda di Indonesia dengan baik (Sumber : <http://www.astra-honda.com/index.php/jaringan-dealer/> , diakses 19 mei 2016).

Daerah Jawa Barat sendiri memiliki 298 bengkel resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS), khususnya Kota Bandung ada sekitar 99 bengkel resmi AHASS. Dan salah satu bengkel resmi Honda yang ada di Kota Bandung beralamat di jalan Surapati No. 153 E Kota Bandung, dimana di bengkel resmi sepeda motor Honda Surapati inilah penulis melakukan penelitian. Penullis tertarik untuk memilih AHASS Surapati sebagai lokasi penelitian karena melalui hasil wawancara singkat penulis dengan pemilik bengkel resmi sepeda motor Honda Surapati, terdapat masalah yang dihadapi oleh bengkel ini, yakni banyaknya keluhan dari konsumen yang diajukan ke bengkel, pengunjung yang datang ke bengkel AHASS Surapati ini cenderung menurun tiap tahunnya, dan juga tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh bengkel. Dibawah ini penulis akan menampilkan tabel data pengunjung yang datang ke bengkel Surapati dari tahun 2012 sampai dengan 2015.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Pengunjung AHASS Surapati**

|  |  |
| --- | --- |
| Tahun | Jumlah Pengunjung |
| 2012 | 7.403 |
| 2013 | 6.821 |
| 2014 | 7.020 |
| 2015 | 7.554 |

*Sumber : AHASS Surapati*

Dari tabel diatas bisa kita lihat bahwa tiap tahunnya bengkel resmi sepeda motor Honda yang beralamat di Surapati Bandung tiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah pengunjung/pelanggan. Dan ini bisa disimpulkan bahwa rendahnya loyalitas pelanggan terhadap bengkel resmi sepeda motor Honda Surapati.

Loyalitas pelanggan yang rendah dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya : produk yang kurang bagus, lokasi yang tidak strategis, harga yang terlalu mahal, promosi yang kurang menarik, kualitas pelayanan yang rendah, kepuasan pelanggan tidak bisa terpenuhi oleh perusahaan, dan lain sebagainya. Oleh karena banyakanya indikasi yang bisa menyebabkan kenapa loyalitas pelanggan rendah, maka disini penulis melakukan pra survey terhadap para pelanggan bengkel yang datang dengan membagikan kuisioner. Ini bertujuan untuk dapat mengetahui faktor – faktor apa saja yang lebih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) Surapati ini.

Menurut hasil prasurvey yang telah dilakukan peneliti dengan cara membagikan kuisioner kepada para konsumen, terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan loyalitas pelanggan menjadi menurun. Berikut data hasil pra survey yang dilakukan penulis mengenai factor – factor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden.

**Tabel 1.3**

**Kulitas Pelayanan di AHASS Surapati Bandung**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi**  | **Pernyataan** | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** | **Total** |
| **Tangible**  | Ruang tunggu yang disediakan AHASS nyaman | 2 | 11 | 14 | 3 |  | 30 |
| **Reliability**  | Petugas yang melayani handal dalam menangani permasalahan konsumen | 1 | 15 | 13 | 1 |  | 30 |
| **Responsiveness**  | Tanggapan / respon petugas AHASS terhadap konsumen sangat baik |  | 5 | 9 | 16 |  | 30 |
| **Assurance**  | Jaminan / garansi yang diberikan oleh pihak AHASS sudah sesuai harapan |  | 9 | 19 | 2 |  | 30 |
| **Empathy**  | Sosialisasi dari para petugas AHASS sangat baik terhadap  |  | 1 | 11 | 18 |  | 30 |

**Table 1.4**

**Kepuasan Pelanggan terhadap Bengkel Resmi AHASS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi** | **Pernyataan**  | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** | **Total** |
| **Kinerja** | Kinerja dari para petugas AHASS sudah memenuhi harapan |  | 5 | 8 | 17 |  | 30 |
| **Harapan**  | Kemampuan para petugas Bengkel sudah sangat baik dalam menyelesaikan permasalahan | 1 | 7 | 18 | 4 |  | 30 |

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Penulis 2016

Dari tabel 1.2 dan tabel 1.3 diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variable kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dianggap kurang baik oleh masyarakat. Hal tersebut haruslah menjadi perhatian pihak Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda cabang Surapati Bandung. Karena beberapa faktor diatas merupakan sebagian faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di AHASS.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL RESMI SEPEDA MOTOR KHUSUS HONDA (AHASS) SURAPATI BANDUNG”**

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian yang ada pada latar belakang penelitian, maka penulis dapat merumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS
2. Bagaimanakah tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa AHASS
3. Bagaimanakah loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel resmi sepeda motor AHASS
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda AHASS
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda AHASS
6. Seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda AHASS
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan juga sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

* + 1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh AHASS
		2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa AHASS
		3. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda AHASS
		4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bengkel resmi sepeda motor AHASS.
		5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan bengkel resmi sepeda motor AHASS
		6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bengkel resmi sepeda motor AHASS
	1. **Kegunaan Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

* + 1. **Kegunaan Praktis**

Adapun kegunaan penelitian praktis sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
2. Dapat mengetahui bagaimana pengaplikasian teori-teori yang telah didapat dari perkuliahan dan di aplikasikan di bengkel ini.
3. Penulis dapat langsung berinteraksi dengan konsumen bengkel resmi sepeda motor AHASS.
4. Penulis yang tadinya tidak mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang baik menjadi tau, terutama pelayanan dibidang perbengkelan.
5. Penulis jadi mengetahui permasalahan yang terjadi di AHASS tempat penulis melakukan penelitian.
6. Memberikan gambaran tentang dunia kerja yang nantinya akan berguna bagi penulis.
7. Penulis dapat mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel AHASS Surapati.
8. Bagi Perusahaan
9. Semoga hasil dari tulisan saya ini bisa dijadikan sebagai acuan pihak perusahaan untuk menentukan strategi-strategi khususnya dalam bidang pemasaran.
10. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan kritikan bagi perusahaan khususnya mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan.
11. Perusahaan diharapkan dapat membentuk pelanggan-pelanggan yang loyal pada bengkel AHASS Surapati.
12. Bagi Akademis

Kegunaan akademis yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi rekan-rekan khususnya manajemen pemasaran dalam membuat penelitian yang sejenis.
2. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai loyalitas pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan konsep teori, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
	* 1. **Kegunaan Teoritis**

Semoga penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang pengembangan ilmu tentang kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.