

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Berkembang nya sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Perawatan sepeda motor pun harus rutin dilakukan sehingga sepeda motor tetap dalam keadaan prima ketika dipakai. Persaingan didunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini dapat langsung dirasakan para pengusaha yang membuka usaha nya dalam bidang jasa. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan khususnya jasa meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga para konsumen yang merasakan jasa tersebut menjadi puas dan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, pelanggan adalah alat untuk menilai tingkat suatu kualitas jasa dari sebuah layanan yang diberikan untuk pelaggan. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan melakukan pembelian ulang sedangkan sebaliknya jika pelanggan tidak puas akan pelanggan tersebut akan mempertimbangkan untuk melakukan pembelian ulang.

Keunggulan yang harus dimiliki oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah keunggulan yang mampu menjaga kualitas pelayanan nya dan memberikan konsumen kepuasan. Komitmen ini sangat penting dilakukan untuk menjaga kesetiaan dari pelanggan sehingga tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang. Terlebih perkembangan otomotif yang sangat pesat dan bertambahnya pengguna motor membuat banyaknya bisnis bengkel bermunculan dan menjadi salah satu usaha yang menjanjikan untuk mendorong ekonomi masyarakat. Dengan persaingan yang ketat bengkel bengkel tersebut menyajikan layanan yang memuaskan baik bengkel resmi maupun bengkel yang tidak resmi, dengan tujuan untuk mencari konsumen sebanyak banyaknya sehingga mendapatkan keuntungan yang sebesar besarnya.

Perusahaan yang berhasil menurut Kotler (2012:54) adalah perusahaan yang mampu menciptakan nilai perusahaan yang berasal dari pelanggan pelanggan itu sendiri yang terus bisa dimiliki dari sekarang sampai masa yang akan datang. Tidak

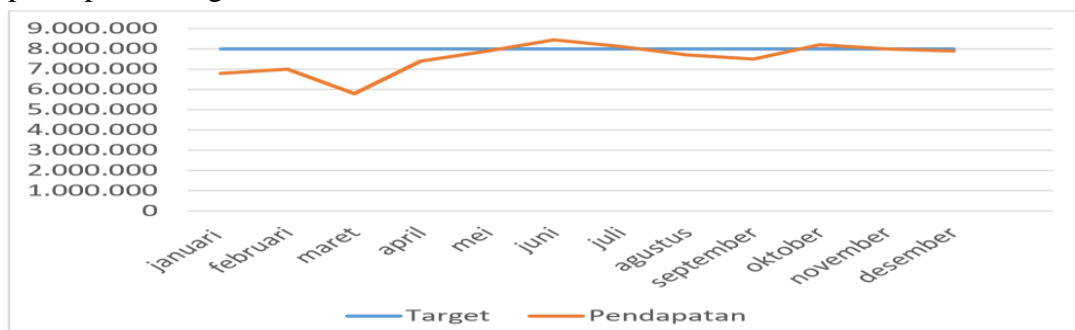
hanya itu menurut Kotler bisnis yang berhasil itu ialah bisnis yang mampu menjaga dan mempertahankan konsumen dan menumbuhkan konsumen dalam kepercayaannya terhadap suatu produk atau jasa tersebut.

Bukan hanya kualitas pelayanan yang membuat pelanggan menjadi puas atau tidaknya, citra perusahaan atau *brand image* dapat membuat pelanggan atau konsumen membuat loyal atau tidak. Pengertian brand menurut Kotler dan Keller (2012:55) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensikannya dari barang atau jasa pesaing. Reputasi adalah kunci pelanggan menilai *brand image* tersebut, reputasi yang baik akan membuat orang lain akan merasakan kepuasan karena dengan kinerja yang baik dari suatu perusahaan terlebih lagi perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa. Dengan kinerja tersebutlah pelanggan akan menilai reputasi perusahaan tersebut. *Brand image* juga dapat membentuk loyalitas konsumen dengan mendengarkan dan menerima masukan bahwa perusahaan tersebut bisa ingin berkembang dengan bantuan konsumen itu sendiri. Sikap ini juga dapat membentuk pelanggan menjadi puas akan kinerja perusahaan yang mengerti akan keluhan masyarakat dan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan begitu penting bagi perusahaan untuk selalu bisa memberikan jalan keluar atas masalah masalah yang ada untuk kepuasan pelanggan. Adapun faktor lainnya yang membuat pelanggan menjadi loyal adalah dengan lokasi yang mudah dijangkau dan strategis. Menurut Kotler dalam Susaty Herlambang (2014:49) menyatakan bahwa lokasi itu adalah suatu perangkat yang mencakup dalam pembuatan jasa atau produk untuk bisa digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor faktor:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari
4. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Dengan lokasi yang strategis dan faktor-faktor yang tertulis di atas bahwa lokasi yang baik berpengaruh terhadap loyalnya pelanggan terhadap suatu perusahaan. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:153) adalah *satisfaction is a person's feelings or pleasure/disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectation*. Maksudnya adalah kepuasan muncul karena ada perbandingan dari ekspektasi dan apa yang telah didapat. Jika apa yang didapat dapat melebihi ekspektasi atau sudah mencapai ekspektasi yang diinginkan pelanggan tersebut dapat dikatakan puas. Kepuasan pelanggan dalam berbisnis adalah kunci untuk sukses suatu usaha, di bidang jasa sangatlah penting kepuasan pelanggan tersebut untuk tetap bersaing dalam ketatnya persaingan di dunia bisnis.

Bengkel Sahabat Motor adalah bengkel yang sudah ada tahun 2017 awal dan sudah banyak sekali pelanggan-pelanggan yang service atau merawat motor mereka disana, dengan lokasi berada di Jalan Raya Bogor Kilometer 45 Kelurahan Pakansari Kecamatan Cibinong, Bogor Jawa Barat. Bengkel tersebut melayani pengguna motor *matic* maupun *non matic*. Dengan alat yang memadai dan terbelanja lengkap menjadi daya tarik atau pelanggan datang untuk mereparasi motornya, ditambah dengan pegawai-nya yang baik dan cukup *handle* dalam menangani masalah motor dan keluhan dari para pengguna motor tersebut. Tidak hanya itu bengkel tersebut juga menjual beberapa aksesoris motor yang terbelanja cukup lengkap. Setiap harinya bengkel tersebut melayani kurang lebih 50-100 motor yang ingin service disana, dimulai dengan pukul 8 pagi sampai 8 malam. Berikut ini adalah diagram target dan pendapatan bengkel Sahabat Motor tahun 2018 - 2019 :



Sumber: Bengkel Sahabat Motor

Berdasarkan data dan uraian data diatas penulis tertarik ingin meneliti apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan, citra merek, lokasi terhadap kepuasan konsumen yang mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah pokok penelitian diatas, dirumuskanlah perumusan masalah antara lain :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah citra merek berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah citra merek/*brand image* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah lokasi berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
9. Apakah *brand image* dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
10. Apakah lokasi dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui pengaruh langsung citra merek terhadap kepuasan pelanggan
3. Mengetahui pengaruh langsung lokasi terhadap kepuasan pelanggan

4. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
5. Mengetahui pengaruh langsung *brand image* terhadap loyalitas pelanggan
6. Mengetahui pengaruh langsung lokasi terhadap loyalitas pelanggan
7. Mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
8. Mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
9. Mengetahui apakah *brand image* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
10. Mengetahui apakah lokasi dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan penelitian ini dapat memberikan sedikit referensi tentang perilaku konsumen guna perusahaan tetap hidup dalam persaingan yang semakin ketat.
2. Meminimalisir kemungkinan tentang kegagalan dimasa mendatang tentang kepuasan dan apa yang disukai konsumen
3. Untuk saya sebagai penulis lebih mengerti kemauan dan apa yang diinginkan oleh para konsumen untuk tetap menjaga loyalitasnya terhadap suatu perusaha