BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sepeda motor merupakan suatu sarana transportasi yang digunakan oleh masyarakat. Sebagian besar orang lebih memilih berpergian menggunakan motor dibandingkan dengan kendaraan lain, seperti mobil atau angkutan umum. Tidak hanya individu, bahkan keluarga sekalipun kebanyakan masih lebih memilih mengendarai motor. Selain karena efisiensi waktu, mengendarai motor dianggap lebih hemat, dengan 1 liter bensin bisa menempuh jarak yang lumayan jauh jika dibandingkan dengan mobil. Harga belinya pun jauh lebih murah. Apalagi sekarang sudah banyak motor yang dilengkapi dengan bagasi besar yang mendukung pembawaan barang lebih banyak, terutama untuk perempuan atau keluarga yang berpergian.

Penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk beraktifitas sehari-hari, membuat penurunan fungsi pada sejumlah komponen di dalamnya. Sejumlah komponen mesin juga akan merasakan dampaknya. Kotoran sisa pembakaran, atau endapan sisa oli mesin yang juga dapat mengganggu kinerja mesin. Dengan servis motor secara berkala, dapat mengetahui keadaan motor secara menyeluruh. Selain melihat kondisi motor dari luar maupun dari dalam mesin, juga bisa mengatahui apakah motor masih aman atau tidak dalam beraktifitas harian. Servis motor secara berkala dapat menjaga kinerja mesin sehingga performanya bisa kembali normal lagi dan bertenaga.

Jumlah motor dan mobil di Jakarta meningkat sebesar 12% tiap tahunnya, kata Kepala Bidang Hubngan Masyarakat Polda Metro Jaya, Komisaris Besar Polisi Martinus Sitompul. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Direktorat Lalu Lintas Polda Metro Jaya, jumlah kendaraan motor di Jakarta dan sekitarnya bertambah sebanyak 5.500 hingga 6000 unit kendaraan per hari. Dengan banyaknya jumlah pemilik motor menjadikan bisnis bengkel menjadi suatu peluang usaha yang memiliki prospek yang sangat menjanjikan serta bisa

dijadikan salah satu investasi usaha jangka panjang yang semakin hari semakin cerah dan tidak ada matinya.

Perkembangan pesat industri otomotif nasional belum diimbangi jumlah bengkel yang memadai, sehingga sering terjadi antrian panjang kendaraan yang membutuhkan perawatan atau perbaikan. Euis Saedah, Dirjen Industri Kecil dan Menengah Kementrian Perindustrian, mengatakan kondisi tersebut terjadi karena bengkel yang ada hanya bisa melayani sekitar 60% dari kebutuhan layanan purnajual kendaraan. Kondisi ini menunjukan peluang bisnis perbengkelan masih luas. Apalagi, tuturnya, industri otomotif membutuhkan bengkel umum ataupun resmi (authorized) sebagai bagian dari layanan purnajual bagi pelanggan. “karena itu, usaha bengkel sangat prospektif mengingat pertumbuhan industry otomotif dan populasi kendaraan yang terus meningkat, sebab jumlah bengkel masih terbatas,” katanya saat membuka Musyawarah Nasional Himpunan Bengkel Binaan Yayasan Dharma Bhakti Astra (HBBA), Selasa (9/4).

Merawat / memperbaiki kendaraan bermotor yang tengah bermasalah bisa dilakukan dibengkel manapun. Sebagian orang mungkin lebih suka merawat / memperbaiki motor dibengkel-bengkel resmi sesuai pabrikan kendaraan bermotornya. Akan tetapi cukup banyak juga yang melakukannya dibengkel-bengkel umum. Bengkel resmi biasanya memiliki gedung yang lebih luas dan diberi nama sesuai dengan pabrikannya. Selain itu, montir di bengkel resmi biasanya dilengkapi dengan seragam sesuai dengan aturan perusahaan. Ruang tunggu yang nyaman menjadi alasan lainnya mengapa orang lebih memilih untuk servis dibengkel resmi. Montirnya terlatih, ada standar SOP, jam operasionalnya pun terbatas. Bengkel resmi selalu menggunakan suku cadang asli dan teknologi modern. Sedangkan bengkel umum tidak selalu menggunakan suku cadang asli. Maka dari itu harga perbaikan dan perawatan dibengkel umum lebih murah dibandingkan bengkel resmi. Peralatan yang digunakan montir standard dan montir biasanya berpakaian bebas atau tanpa seragam. Jam operasionalnya pun lebih lama dari bengkel resmi. Bengkel umum mudah ditemukan, mulai dari ukurannya kecil hingga yang besar. Bengkel umum biasanya milik perseorangan bukan perusahaan. Tidak hanya melayani jasa perbaikan dan perawatan satu merek motor tetapi berbagai merek motor dilayani.

Saat ini dunia bisnis jasa berkembang dengan sangat pesat. Adanya permintaan yang semakin banyak maka perusahaan jasa bengkel motor dituntut dapat beroprasi secara lebih baik dan efektif dalam menghadapi era globalisasi, berbagai cara yang diterapakan untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimum. Memperhatikan kualitas pelayanan dan harga jasa merupakan suatu kepentingan bagi jasa bengkel motor agar dapat terus mempertahankan pelanggan dari ketatnya persaingan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono (2019:187). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Kotler (2015:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksimya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Dalam usaha pada bengkel harus dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Pelayanan yang memuaskan tentu dapat menarik konsumen untuk menjadi pelanggan tetap. Diiringi dengan harga jasa yang terjangkau, konsumen akan merasa dapat memenuhi kebutuhan motornya dengan tidak menguras kantong. Jika kebutuhan konsumen terpenuhi, maka

konsumen tersebut akan menjadi pelanggan tetap dan bahkan akan menarik konsumen lain untuk memenuhi kebutuhan motornya di Bengkel Motor SCM. Oleh karena itu perusahaan dalam menentukan harga jasa harus menetapkannya dengan hati-hati dengan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga jasa tersebut.

Harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan /atau (non moneter) yang mengandung utilitas / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mndapatkan sebuah produk. Produk adala segala sesuatu (barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi, dan /atau organisasi) yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan utilitas merupakan atribut atau factor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu, Tjiptono (2019:209). Harga yaitu sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk ata jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suat produk atau jasa Kotler (2015:345)

Kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal, murah maupun standar akan berpengaruh aktifitas pembelian selanjutnya dan kepuasan konsumen setelah pembelian. Kesan ini akan menciptakan nilai persepsi konsumen terhadap suatu barang. Manakala konsumen kecewa setelah membeli suatu barang ternyata terlalu mahal menurut konsumen, maka kemungkinan selanjutnya dia akan enggan untuk membeli barang itu lagi dan bisa jadi beralih ke barang lain. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan harga jasa yang terjangkau maka pembeli akan memudahkan perusahaan mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba yang maksimal melalui peningkatan jumlah pelanggan secara terus menerus. Peningkatan jumlah pelanggan ini dapat terjadi jika pelanggan puas akan kualitas pelayanan dan harga jasa yang terjangkau oleh pelanggan.

Salah satu factor yang mampu mempertahankan persaingan perusahaan dalam dunia bisnis adalah tingkat kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keunggulan dalam bersaing di dunia bisnis, sehingga perusahaan akan terus berkembang dengan munculnya pelanggan pelanggan baru dan akan selalu mengalami peningkatan apabila terus

memberikan kepuasan yang sangat tinggi kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan akan produk atau jasa tersebut.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain factor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Masalahnya, tak semua bisnis mampu menjaga tingkat kepuasan pelanggan seperti layaknya saat awal membuka bisnis. Suatu bisnis tak akan berkembang maksimal kalau ada satu masalah terkait konsumen, apalagi terkait dengan kepuasan pelanggan. Hal ini berarti kepuasan merupakan factor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang, Kotler (2015:138). Tjiptono (2019:377) Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Di samping itu, kepuasan pelanggan juga dianggap sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.

Setiap perusahaan harus berusaha memberikan pelayanan yang optimal, karena terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat. Manfaat yang di peroleh antara lain terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dan loyalitas. Loyalitas inilah yang akan membuat pelanggan bertahan dan tidak terpengaruh oleh pesaing. Pelanggan yang loyal akan memberikan efek positif untuk perusahaan tersebut, bahkan dapat mendatangkan pelanggan-

pelanggan lain ke perusahaan tersebut. Loyalitas memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebt dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen, Tjiptono (2016:110). Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:76) Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan terhadap negara, gerakan, atau individu. Belakangan ini, loyalitas digunakan dalam konteks bisnis, untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara ekslusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya. Loyalitas pelanggan melampaui perilaku dan mencakup preferensi, kesukaan, dan itikad di masa mendatang. Loyalitas pelanggan berawal dari penilaian pelanggan terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan. Penilaian tersebut akan menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Namun sebaliknya, jika kualitas produk atau jasa yang diberikan kurang atau berada dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Konsumen yang loyal biasanya memiliki peran besar dalam perkembangan perusahaan, mereka biasanya memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar produk lebih berkualitas dan baik dan pada akhirnya mereka

tidak akan begitu mempermasalahkan harga karena mereka percaya pada produk dan kualitas yang dimiliki perusahaan.

Bengkel adalah sebuah bangunan yang menyediakan ruang dan peralatan untuk memperbaiki benda, yang berarti bengkel motor adalah sebuah bangunan yang menyediakan ruang dan peralatan untuk memperbaiki motor. Di Jakarta terdapat bengkel resmi dan umum yang saling bersaingan. Bengkel Motor Surya Cahaya Motor merupakan bengkel umum yang berada di Jakarta Pusat yang beralamat di Jalan Rawasari Selatan I No.1 Rt:15 Rw:02 Cempaka Putih. Bengkel Motor SCM menyediakan berbagai jenis produk nyang asli maupun yang tidak asli, sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan pelanggan. Selain itu juga menyediakan layanan jasa untuk semua merek motor. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan antara sesama bengkel umum dan bengkel resmi yang ada disekitar, Bengkel Motor SCM harus mampu memenuhi harapan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dan dengan jasa yang ditawarkan, serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya.

Berdasarkan data dilapangan saat ini, konsumen Bengkel Motor SCM tahun ini semakin menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Berikut ini adalah data jumlah entry masuk kendaraan pada Bengkel Motor SCM dari tahun 2017 sampai dengan 2019 mengalami kenaikan ataupun penurunan persentase jumlah konsumen :

Tabel 1.1. Jumlah Entry Masuk Kendaraan pada Bengkel Motor SCM

Bulan	**2017**	**2018**	**2019**
Januari	889	788	762
Februari	751	809	758
Maret	804	837	751
April	795	805	584
Mei	858	755	546
Juni	976	780	689
Juli	825	675	531
Bulan	**2017**	**2018**	**2019**
Agustus	855	662	520
September	733	692	
Oktober	740	700	
November	727	727	
Desember	799	736	
Jumlah	9752	8966	
Kenaikan / Penurunan (%)			

Terdapat penurunan jumlah konsumen dari tahun 2017 ke tahun 2018. Hal ini disebabkan karena adanya renovasi pada bulan Juli 2018 yang dilakukan oleh Bengkel Motor SCM, sehingga menyebabkan penurunan kinerja karena terganggu oleh kegiatan renovasi tersebut. Setelah renovasi selesai yaitu pada bulan Oktober 2018, konsumen mulai kembali meningkat. Hal itu disebabkan karena adanya peningkatan pelayanan yang dilakukan oleh Bengkel Motor SCM. Namun terjadi penurunan kembali di tahun 2019 sampai bulan agustus seperti yang tertera pada table diatas.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka masalah pokok penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM?
2. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM?
4. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM?
7. Apakah harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Motor SCM.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bengkel Motor SCM.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

   Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Strata-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
2. Untuk Perusahaan

   Memberikan bahan pertimbangan kepada perusahaan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang diterapkan.
3. Untuk Pengembangan Ilmu Pengetahuan

   Sebagai pengetahuan dan memperdalam kajian teori dalam dunia bisnis tentang Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pembelian. Serta membantu para mahasiswa lain dalam mencari teori-teori yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.