

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Namun apabila tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit, begitu pula dalam pemasaran atau marketing.

Pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran itu sendiri adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Dewasa ini hidup kita sehari-hari banyak terbantu dan tergantung pada berbagai jenis jasa, misalnya transportasi, telekomunikasi, hiburan, pendidikan, jasa finansial, reparasi, kesehatan, dan lain sebagainya. Bisnis jasa sangat mempengaruhi dunia modern ini, apalagi dewasa ini setiap konsumen tidak lagi membeli suatu produk (barang) saja, tetapi konsumen juga memperhatikan aspek kualitas jasa (layanan), mulai dari tahap pembelian hingga tahap purna beli. Kenyataan tersebut yang menjadikan kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan bisnis.

Pada saat ini transportasi adalah suatu hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendukung dalam mobilitas mereka sehari-hari, terutama di kota besar khususnya daerah ibukota Jakarta. Bagi masyarakat menengah kebawah motor adalah salah satu kebutuhan penting dalam kegiatan sehari-hari mereka. Jumlah pertumbuhan transportasi roda dua atau sepeda motor semakin lama semakin meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kemacetan yang timbul di daerah ibukota Jakarta yang semakin lama semakin padat sehingga mengganggu mobilitas masyarakat Jakarta.

**Tabel 1. Data Distribusi Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2016-2017**

No	Merek Sepeda Motor	Data distribusi kendaraan sepeda motor		
		2016	2017	2018
1	Honda	4.380.888	4.385.888	4.759.202
2	Yamaha	1.394.078	1.348.211	1.455.088
3	Suzuki	97.622	78.637	89.508
4	Kawasaki	56.824	72.191	78.982
5	TVS	1.873	1.176	331
<b>Jumlah</b>		<b>5.931.285</b>	<b>5.886.103</b>	<b>6.383.111</b>

Sumber : *aisi.or.id*

Data di atas menunjukkan angka pembelian sepeda motor di Indonesia setiap tahunnya, hal itu menimbulkan adanya peluang bisnis yang terbuka lebar bagi jasa perbengkelan sepeda motor terutama bagi AHASS SAM Motor, karena jika dilihat dari data di atas Honda menduduki posisi teratas dari keseluruhan penggunaan motor di Indonesia. Sehingga bisnis bengkel motor berkembang menjadi semakin banyak dengan macam fasilitas dan pelayanan yang sangat beragam, yang akan memberikan pilihan untuk para pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel motor tersebut. Hal itu mengakibatkan persaingan yang ketat dalam bisnis bengkel motor.

AHASS SAM Motor adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa bengkel motor. Bengkel AHASS adalah bengkel resmi dari honda, bengkel AHASS memiliki macam jasa bengkel motor seperti paket service lengkap, paket service ringan, service berat dan paket ganti oli. Harga yang ditawarkan oleh bengkel AHASS sangat variatif disesuaikan dengan jenis dan tipe kendaraan tersebut.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih berkompetisi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa perbengkelan ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Sehingga sangat penting untuk perusahaan jasa bengkel memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan adalah upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen puas. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh kepada kepuasan. Jika perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik maka akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dari konsumen terhadap produk atau jasa yang telah mereka beli dan mereka gunakan. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi dengan harapan dan persepsi konsumen kepada produk atau jasa yang mereka akan gunakan. Kepuasan konsumen bisa diukur dengan membandingkan harapan konsumen dengan manfaat yang didapat. Apabila manfaat yang diberikan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya apabila kurang dari harapan maka akan kecewa. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan adalah hal yang memiliki kaitan yang sangat erat. Ketika kepuasan pelanggan berada pada tingkat sangat rendah kemungkinan pelanggan akan meninggalkan brand tersebut dan bisa jadi menjelek-jeleknya begitu juga sebaliknya jika tingkat kepuasan tinggi maka kemungkinan pelanggan akan membeli lagi barang tersebut dan akan menyebarkan pengalaman baiknya tentang penggunaan produk atau jasa tersebut.

Pelanggan bisa dikatakan loyal jika pelanggan tersebut memiliki kesetiaan terhadap brand tertentu baik barang maupun jasa dan melakukan pembelian ulang secara berkala. Loyalitas pelanggan adalah sesuatu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menguasai pasar didalam lingkungan yang kompetitif. Ada banyak manfaat yang didapat dari pelanggan yang loyal diantaranya adalah tidak perlu mencari pelanggan baru sehingga menghemat biaya promosi, mendapat promosi langsung dari pelanggannya tentang pengalaman dia menggunakan jasa atau produk tersebut dan lain sebagainya.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Jika kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tinggi maka tingkat loyalitas konsumen terhadap jasa yang kita berikan akan meningkat dan cenderung konsumen akan menggunakan

kembali jasa tersebut. Peningkatan loyalitas pelanggan kepada pelanggan dapat dicapai dengan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang dimiliki, terutama pada perusahaan yang mengutamakan pelayanan untuk dapat menarik minat pelanggan.

Kita bisa melihat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Diantaranya membahas tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Rakhman, Naili Farida dan Sari Listyorini (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pelanggan CV. AHASS Brahma Motor mereka memiliki hasil dan kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Begitu juga penelitian yang dilakukan Indah Dwi Kurniasih (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang) dengan hasil dan kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Bela Dwi Kuntari, Srikandi Kumadji dan Kadarisman Hidayat (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang) mereka memiliki hasil dan kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sama juga penelitian menurut Charisma Fidiansyah Putra, Edriana Pangestuti dan Inggang Perwangsa Nuralam (2018). Menjelaskan tentang penelitiannya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Sukun Malang ) dengan 116 orang responden

mereka menyimpulkan kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1), variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2) dan variabel kepuasan pelanggan (Y1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2)

Berdasarkan hasil penelitian diatas semua hasil penelitian-penelitian terdahulu memiliki kesimpulan yang mirip, sehingga peneliti sangat tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT. AHASS Motor”** yang bertujuan untuk memastikan kembali penelitian yang telah ada dengan sample, responden dan tempat yang berbeda.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dengan hasil latar belakang diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. AHASS SAM Motor?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. AHASS SAM Motor?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. AHASS SAM Motor?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari uraian latar belakang serta rumusan masalah diatas, bahwa penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. AHASS SAM Motor.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. AHASS SAM Motor.
3. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. AHASS SAM Motor.

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

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi segala pihak diantaranya sebagai berikut:

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembacanya dan dapat membantu pengembangan ilmu akademik dibidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai analisi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Dari penelitian ini diharapkan para pembaca dapat mengerti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Dimana penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam mengembangkan strategi oprasional dalam bisnisnya.

