

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti ini pesatnya kemajuan pertumbuhan dunia dan juga pertumbuhan teknologi yang canggih serta fasilitas transportasi membuat aktifitas menuasia terus menjadi pesat dan instan, Kegiatan sehari-hari manusia tidak dapat dipisahkan dengan perlengkapan transportasi serta komunikasi, dengan kemajuan teknologi pada abad 21 yang sangat cepat mengakibatkan banyaknya bidang yang bermunculan, salah satunya bidang jasa.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah, (2019) Jasa adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan manfaat atau nilai kepada pelanggan, yang diberikan pada waktu dan tempat tertentu, sedangkan menurut Sembiring, (2019:45) jasa adalah sesuatu yang tidak bisa dilihat atau disentuh, berupa kegiatan atau layanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain tanpa memindahkan kepemilikan barang. Jasa sendiri bersifat tidak dapat diraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen.

Pada masa ini, fenomena bisnis jasa semakin berkembang dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, sudah menjadi hal yang lumrah jika sesuatu seperti tren menjadi pola konsumsi masyarakat dan dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat sesuai perkembangan zaman. Tren model dan modifikasi kendaraan bermotor terus berevolusi dari motor dan mobil. Salah satu bidang jasa yang sering di jumpai dalam tren model atau modifikasi yaitu bidang jasa dalam industri otomotif (bengkel), dalam industri otomotif (bengkel) ini marak nya fenomena yang

di jumpai yaitu ketidakpercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel, dikarenakan banyak nya pelanggan yang datang dan terbatasnya karyawan yang bekerja membuat antrian menjadi menumpuk dan berakhir dengan pengerjaan yang sedikit lambat.

Kepuasan pelanggan pelanggan adalah suatu perasaan yang dirasakan pelanggan saat mengumpamakan hal yang diterima dengan hal yang diharapkan (Hartati, (2020), Priansa, (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan keseluruhan pelanggan mengenai produk atau jasa yang telah dibeli pelanggan, dan menurut (Chairly, 2021) kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah Perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen Dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

Kepercayaan adalah pengetahuan yang dimiliki pelanggan tentang produk atau layanan, serta penilaian mereka terhadap barang tersebut, termasuk sifat-sifat dan manfaatnya (Supertini *et al.*, (2020), menurut Muzammil *et al.*, (2018) Kepercayaan diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk bergantung pada orang lain dalam suatu hubungan, karena ia yakin bahwa orang tersebut bisa dipercaya. Sedangkan menurut Meyer, (2017) epercayaan adalah kesiapan seseorang untuk menerima risiko dari tindakan orang lain karena ia yakin bahwa orang tersebut akan bertindak dengan baik demi dirinya.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang bisa berubah-ubah dan sangat dipengaruhi oleh produk, layanan, karyawan, cara kerja, dan lingkungan. Pelayanan ini setidaknya harus bisa memenuhi, bahkan lebih baik dari, apa yang diharapkan oleh pelanggan(Tjiptono, (2019:61), sedangkan menurut Indrasari , (2019) Kualitas

pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan cara penyampaian yang tepat supaya pelanggan merasa puas dan harapannya terpenuhi, Kasmir, (2017:47) Kualitas pelayanan ialah semua aktivitas atau perilaku yang dikerjakan oleh seseorang atau salah satu organisasi demi membuat pelanggan serta karyawan merasa puas.

Menurut Winarti & Primadiana, (2017) Menyatakan bahwa loyalitas adalah seberapa sering atau banyak konsumen membeli dari suatu perusahaan. Mereka juga menemukan bahwa kualitas hubungan mencakup kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas, Ruslim, (2017) Loyalitas pelanggan berarti kesediaan pelanggan agar terus memanfaatkan produk atau layanan yang ditawarkan oleh sebuah dalam jangka waktu lama, terus melakukan pembelian berulang, dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada teman atau keluarga.

Beberapa penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diantaranya, peneliti (Monika, 2024) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Service Motor Edie Arta Singaraja” menunjukan bahwa variabel kepuasan yang dirasakan pelanggan memberikan dorongan nyata dan bermakna terhadap terciptanya kesetiaan mereka dalam menggunakan layanan servis di Edie Arta Singaraja.. Peneliti yang mengkaji dampak kepercayaan terhadap kesetiaan pelanggan, Ramadhany & Supriyono, (2022) “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom)” menunjukan bahwa variabel kepercayaan berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan AP Garage. Peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti Adianta,

Nurjannah, Rudianto, (2023) “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Revan Motor Di Desa Lalang Kecamatan Walendrang” menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel revan motor di desa Lalang kecamatan walendrang. Meski demikian, temuan yang bervariasi dan kadang saling bertentangan mengindikasikan adanya inkonsistensi hasil studi. Sebagian studi mengungkapkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan studi lainnya menyatakan tidak demikian, (Naka & Rojuaniah, 2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Astra Honda Authorized Servis Station Sarana Motor Di Tangerang”, yang hasilnya bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel AHASS sarana motor Tangerang. (Liung & Septyanto, 2020) “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Ahong Motor Gading Serpong Tangerang” yang hasilnya bahwa Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Putra Jaya Motor merupakan sebuah bengkel yang berlokasi di Desa Karangrejo, Kecamatan Yosowilangan Kabupaten Lumajang, yang didirikan dengan tujuan memberikan pelayanan perbaikan dan perawatan kendaraan bermotor, bengkel ini didukung tenaga mekanik yang berpengalaman serta peralatan yang memadai. Selain itu bengkel ini juga mengedepankan kejujuran dalam bekerja dan transparansi dalam hal biaya, sehingga dapat membangun kepercayaan serta menjalin kerjasama jangka panjang dengan para pelanggan.

Peneliti memilih variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan variabel tersebut dipilih dikarenakan elemen penting dalam membentuk loyalitas pelanggan, khususnya dalam sektor jasa seperti bengkel. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen, kepercayaan menunjukkan tingkat keyakinan pelanggan terhadap integritas dan kejujuran bengkel, sementara kualitas pelayanan mencerminkan profesionalisme dan kinerja bengkel dalam memberikan layanan. Dengan meneliti pengaruh ketiga variabel ini secara spesifik pada Bengkel Putra Jaya Motor, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi apa yang paling efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Merujuk pada penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti menetapkan judul: Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Putra Jaya Motor”.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti akan membatasi fokus isu yang akan dianalisis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penelitian. Maka penelitian dibatasi: Penelitian ini meneliti variabel independen kepuasan pelanggan (X1), kepercayaan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan (Y) di bengkel Putra Jaya Motor.

1.3 Rumusan masalah

Cakupan masalah studi ini difokuskan pada ruang lingkup manajemen pemasaran. Meneliti pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel Putra Jaya Motor yang berlokasi

di Lumajang. Berdasarkan hal tersebut, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Putra Jaya Motor ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Putra Jaya Motor ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Putra Jaya Motor?
4. Apakah kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Putra Jaya Motor?

1.4 Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, berikut ini adalah tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian:

1. Untuk menganalisis dan memahami dampak kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan di Bengkel Putra Jaya Motor secara signifikan.
2. Untuk menganalisis dan memahami dampak kepercayaan terhadap kesetiaan pelanggan di Bengkel Putra Jaya Motor secara signifikan.
3. Untuk menganalisis dan memahami dampak kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan di Bengkel Putra Jaya Motor secara signifikan.
4. Untuk menganalisis dan memahami secara signifikan dampak kepuasan pelanggan, kepercayaan, serta kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan secara bersama-sama di Bengkel Putra Jaya Motor

1.5 Manfaat penelitian

Studi ini ditunjukan mampu memberikan kontribusi dari sisi keilmuan ataupun penerapan nyata, bagi penulis maupun individu lain yang berkempentingan. Fungsi dari studi ini disampaikan sebagai berikut:

1. Fungsi teoritis

Dalam rangka membangun wawasan ilmiah pengetahuan khususnya dalam konteks pemasaran, terutama terkait dengan mengkaji konsep kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan, dengan demikian, dapat diidentifikasi apakah temuan dalam penelitian ini sejalan atau bertentangan dengan hasil penelitian terdahulu, beserta sebagai bahan masukan dari refrensi.

2. Fungsi Praktis

a. Untuk ITB Widya Gama Lumajang

Sebagai upaya untuk menambah literatur ilmiah yang tersedia di TIB Widya Gama Lumajang Serta berpotensi menjadi sumber referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya yang tertarik untuk mengkaji topik sejenis atau yang memiliki keterkaitan dengan Dampak rasa puas pelanggan, keyakinan terhadap penyedia layanan, serta mutu pelayanan yang diberikan terhadap keteguhan hati pelanggan dalam tetap menggunakan jasa tersebut.

b. Untuk peneliti

Karya ilmiah ini dirancang sebagai bentuk pemenuhan kewajiban akademik demi meraih gelar Sarjana tingkat Strata 1 di lingkungan Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, sekaligus menjadi sarana untuk memperluas wawasan dan memperdalam pemahaman penulis dalam bidang ilmu

pemasaran, khususnya terkait dengan Tingkat kepuasan, rasa percaya, serta mutu layanan dalam memengaruhi kesetiaan pelanggan.

c. Untuk peneliti-peneliti berikutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan serta memotivasi peneliti lain dalam melakukan studi lanjutan terkait tema yang sejenis.

