

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan keuntungan. Makna pemasaran sering disamakan dengan pengertian penjualan, perdagangan, dan distribusi. Padahal makna tersebut hanya merupakan bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran sudah dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dipenjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen jika menginginkan usaha berjalan terus agar konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Menurut (Malau 2017:1) pemasaran (*marketing*) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan.

Semakin hari penambahan populasi kendaraan bermotor di Lumajang semakin meningkat khususnya di kecamatan Randuagung. Peningkatan penjualan sepeda motor ini menunjukkan indikasi daya beli masyarakat semakin membaik, bahkan hampir setiap orang punya dan membutuhkan sepeda motor. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan, untuk itu kendaraan yang diendarai harus selalu dalam keadaan yang baik. Agar kendaraan selalu dalam keadaan yang baik maka diperlukan perawatan dan *service* berkala bahkan diperlukam juga perbaikan-perbaikan bagian yang rusak, untuk itu sangat

dibutuhkan jasa bengkel motor. Kondisi seperti inilah yang harus kita manfaatkan sebagai peluang usaha. Usaha bengkel motor memang menjanjikan, mengingat pengguna sepeda motor semakin banyak jumlahnya. Kebutuhan *service* bagi sepeda motor menjadi kebutuhan rutin yang harus dilakukan oleh penggunanya.

Semakin banyaknya persaingan usaha bidang otomotif khususnya bengkel motor menjadi pertimbangan dilakukan penelitian ini untuk menjadi salah satu solusi bagi Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung agar dapat bertahan dengan persaingan atau kompetitor usaha bidang otomotif khususnya di wilayah Randuagung. Suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan berusaha mempertahankan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan jasa yang diinginkan konsumen. Semua perusahaan baik dari sektor jasa maupun manufaktur dituntut untuk selalu mengantisipasi perubahan yang terjadi, baik lingkungan internal maupun eksternal, apalagi dengan situasi persaingan yang semakin ketat. Perusahaan harus berusaha memahami pentingnya loyalitas konsumen terhadap kesuksesan usaha.

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Oliver, 1996:392 dalam Hurriyati, 2015:128). Loyalitas menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakan eksklusif dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya (Christopher L.dkk,

2010:76). Usaha menumbuhkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan harus diikuti dengan evaluasi pada tingkat kepuasan dan kesetiaan yang dicapai oleh pelanggan.

Peningkatan kualitas pelayanan mempunyai peranan sangat penting dalam pencapaian visi dan misi yang sudah ditetapkan. Dan melakukan pelayanan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Jika pelayanan yang dilakukan oleh organisasi baik dan berkualitas, maka dapat dikatakan pelayanan itu berhasil. Kualitas adalah kondisi baik yang ditimbulkan oleh produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dengan saling keterkaitan antara satu sama lain yang sesuai dengan harapan (Kotler dalam Etta Mamang, dkk, 2013:99). Pelayanan yang baik dan berkualitas harus selalu mengutamakan sikap dan perilaku yang ramah demi mencapai loyalitas konsumen. Semakin tinggi kebutuhan masyarakat akan *service* sepeda motor, maka harus semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan adanya kualitas dalam pelayanan, dapat menimbulkan arti tersendiri bagi masyarakat dan menjadi nilai tambah untuk peningkatan kinerja dalam hal pelayanan.

Zeithaml dalam Wahyuni, dkk, (2015:15) mengemukakan bahwa penilaian kualitas pelayanan publik didasarkan pada kelima indikator, yaitu (1) bukti wujud berkenaan dengan penampilan, daya tarik fasilitas, material perusahaan dan perlengkapan. (2) Keandalan ialah kemampuan memberikan pelayanan dengan waktu yang disepakati. (3) Daya Tanggap adalah kesediaan dan kemampuan untuk membantu para pelanggan dan merespon serta memberikan jasa secara cepat. (4) Jaminan adalah perilaku karyawan untuk menumbuhkan rasa

kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan serta bersikap sopan dan terampil untuk menangani masalah pelanggan. (5) Empati adalah perhatian bersifat pribadi diberikan ke pelanggan dan perusahaan harus mengerti dan memahami masalah pelanggan.

Pemasaran jasa adalah pemasaran jasa yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat diretur ataupun dijual dikemudian hari. Jasa, juga dapat disimpan, seperti barang, karena jasa yang diproduksi, harus bersamaan dengan waktu. Dalam pemasaran jasa ini, sangat penting untuk menyalurkan jasa secara tepat, karena jasa ini tidak dapat dilihat, dicium ataupun memiliki berat dan ukuran (Manulang dan Hutabarat, Esterlina, 2016:4)

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan puas, begitu juga sebaliknya (Priansa, 2017:196). Tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan dapat mempengaruhi berbagai faktor diantaranya adalah loyalitas konsumen.

Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen baik maka respon yang diberikan oleh konsumen juga akan menjadi baik sehingga kepuasan konsumen juga akan tercapai. Kualitas pelayanan menurut Lovelock

(2002:87) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dan transfer jasa. Pelayanan harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen. Kualitas pelayanan bagi sebuah tempat wisata menjadi hal yang penting, karena layanan yang maksimal (Whidya, 2017:368)

Beberapa penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen oleh Nurul qomariah (2012) dalam studinya “Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan” (Studi Pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur), menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Variabel citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Feibe Permatasari Karundeng (2013) dalam studinya “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado”, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini (2016) dalam studinya “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Veteran, Denpasar-Bali. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka kepercayaan nasabah semakin tumbuh, sehingga kepercayaan nasabah maka akan semakin baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arief Surachman dan Elvira Aziz (2017) dalam studinya “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan “ (Studi Kasus Pada Apotek Telkomedika Sentot, Buah Batu, Dan Gerlong), menunjukkan pengaruh secara simultan sub-variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan, diperoleh hasil bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial, sub-variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan, diperoleh hasil bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sub variabel bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Salah satu bisnis yang sangat ketat dalam persaingannya saat ini adalah bengkel motor. Persaingan yang semakin ketat itu bisa terlihat dengan banyaknya bengkel-bengkel yang bermunculan baik didesa maupun dikota wilayah Randuagung. Untuk menciptakan perbedaan dengan bengkel lain tidak sedikit bengkel yang berhasil dalam pelayanan.

Demikian juga yang dilakukan di bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung, dimana bengkel yang sudah berdiri kira-kira dua puluh tahun lamanya melayani dibidang *service* berkala, perbaikan injektor pump, klakson, ganti radiator, ganti oli. Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung mempunyai sekitar tujuh pesaing dan sudah mulai melakukan berbagai strategi dalam menjaga pelanggan-pelanggan yang sudah ada dan terus mengembangkannya, antara lain memahami dan melakukan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, pelayanan jasa yang baik dari segi kualitas pelayanan dan kepuasan untuk konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Sugiono Motor Di Kecamatan Randuagung”

## **1.2 Batasan Penelitian**

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari apa yang telah dirumuskan, maka diperlukan batasan-batasan dalam penelitian. Masalah dalam penelitian ini dibatasi pada :

- a. Penelitian ini adalah penelitian dibidang Manajemen Pemasaran, khususnya tentang pemasaran jasa.

- b. Penelitian hanya meneliti keterkaitan antara tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- c. Responden penelitian ini adalah konsumen bengkel Sugiono Motor di Kecamatan Randuagung.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu dan batasan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung ?
- b. Apakah terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung ?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memiliki beberapa tujuan, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

- b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Sebagai masukan bagi pihak bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang, khususnya untuk kebijakan yang akan diambil oleh pemimpin Bengkel.
- b. Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan konsumen.
- c. Bagi peneliti, Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di STIE Widyagama Lumajang sekaligus bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti.