

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini , perkembangan teknologi transportasi yang mengalami peningkatan pesat baik dalam hal bentuk , jenis dan merek yang beranekaragam dengan spesifikasi masing-masing produk terutama kendaraan bermotor. Dengan pesatnya perkembangan kendaraan bermotor tersebut, maka membuka peluang bermunculannya bengkel-bengkel jasa service. Guna menunjang strategi perusahaan untuk bersaing dalam hal mempertahankan pangsa pasar seorang pemilik usaha harus meningkatkan kualitas pelayanan , memperhitungkan harga , serta memilih lokasi yang strategis agar menarik para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen terhadap merek terpilih di antara kumpulan pilihan merek-merek yang ada (Kotler dan Keller, 2009). Keputusan pembelian ulang akan dilakukan oleh konsumen apabila suatu produk atau merek dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen . Dalam melakukan pembelian ulang konsumen mendapatkan informasi tentang preferensi atau keinginan mereka untuk membuat keputusan akhir, apakah akan membeli atau tidak dan apakah membeli secara berulang atau tidak.

Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari tahap-tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan perilaku purna pembelian (Nugroho, 2003:16). Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses dalam pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian , gaya hidup , pendapatan dan usia. Konsumen merupakan kunci utama dalam keberhasilan perusahaan karena apabila banyak konsumen yang membeli produk dari perusahaan tersebut maka dapat dipastikan perusahaan mengalami peningkatan dalam pendapatan dan terbukti bahwa usahanya dapat diterima oleh masyarakat luas.

Hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Menurut penelitian dari (Edda Christy Koes Noveriza, Imroatu Khasanah 2016), yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena ketika pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan akan mendorong pelanggan tersebut melakukan keputusan pembelian ulang.

Selain kualitas pelayanan , harga merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen saat melakukan pembelian dan

terkadang harga juga menyiratkan kualitas dari suatu produk atau jasa yang diidentifikasi dengan nilai. Kotler, Amstrong (2008 : 439) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa , atau sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk maupun jasa tersebut. Harga berpengaruh pada keputusan pembelian ulang , hal ini berarti bahwa harga yang di tawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Untuk menetapkan sebuah harga diperlukan strategi-strategi khusus agar harga dirasa cukup ideal oleh konsumen. Harga dirasa ideal bagi konsumen apabila kualitas produk sebanding dengan uang yang dikeluarkan untuk membeli produk tersebut. Dari hasil penelitian oleh (Sarini Kodu : 2013) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni lokasi. Strategi lokasi adalah salah satu faktor penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan usaha bisnisnya di suatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat (Raharjani, 2005). Dalam memulai bisnis, faktor lokasi merupakan salah satu faktor yang cukup penting, pengusaha akan melihat faktor lokasi apakah lokasi tersebut ramai oleh penduduk atau tidak. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Swastha (2000) bahwa lokasi adalah letak toko yang strategis sehingga dapat memaksimalkan keuntungan. Menurut penelitian dari (Agnes Ligia Pratisitia Walukow , Lisbeth Mananeke , Jantje Sepang 2014) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

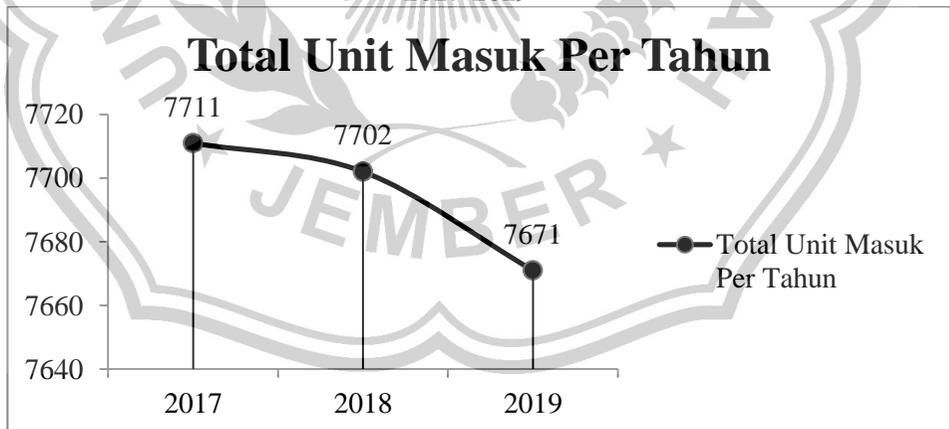
Perkembangan industri transportasi tersebut tidak terlepas dari perkembangan di bidang teknologi , serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk otomotif untuk mempermudah mereka dalam perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya. Fasilitas seperti itu kini menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk dipenuhi. Dengan hadirnya kendaraan bermotor ini ada beberapa kemudahan yang dapat diperoleh salah satunya adalah, mengurangi waktu perjalanan atau mempercepat pengguna kendaraan untuk sampai ke tempat yang di tuju. Seiring berjalannya waktu , semakin terbuka peluang bagi banyak orang untuk membuka lapangan kerja baru salah satunya adalah dengan adanya bengkel-bengkel service kendaraan bermotor yang kehadirannya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Pemilik kendaraan bermotor tentunya berharap bahwa kendarannya selalu dalam kondisi prima saat digunakan. Oleh karena itu diperlukan perawatan dan perbaikan .Untuk

melakukan perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor , maka diperlukan bengkel yang menyediakan pelayanan perawatan dan perbaikan.

Semakin berkembangnya industri otomotif kini dapat dilihat dari banyaknya usaha jasa perawatan maupun perbaikan kendaraan bermotor yang bernaung di bawah merek-merek produk terkenal seperti Honda. Salah satu bengkel yang berdiri dibawah naungan Honda adalah Ahas Berkah Jaya Motor II. Ahas Berkah jaya II merupakan salah satu bengkel resmi milik Honda yang melayani jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor Honda yang beralamatkan di Jl.Ahmad Yani No.36 , Dusun Petahunan , Jajag , Gambiran , Banyuwangi. Ahas Berkah Jaya Motor II berdiri sejak tahun 2005 dan masih eksis sampai sekarang meskipun banyak usaha sejenis yang mulai bermunculan yang otomatis menjadi pesaing.

Fenomena yang terjadi pada Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II sehingga dilakukan penelitian dengan variabel kualitas pelayanan , harga , lokasi dan keputusan pembelian adalah menurunnya jumlah konsumen yang melakukan service di Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II selama 3 tahun terakhir. Penurunan konsumen Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II dapat dilihat dari jumlah pengunjung Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II pada grafik di bawah ini :

1.1 Tabel
Data Konsumen Service Di Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II Tahun 2017-2019



Sumber : Bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II

Berdasarkan data di atas, sepeda motor (unit) yang masuk terjadi penurunan setiap tahunnya, dan penurunan cukup besar terjadi pada tahun 2019. Dengan demikian , persoalan keputusan konsumen untuk melakukan service ulang merupakan persoalan yang menarik untuk di teliti. Hal ini juga

sangat bermanfaat bagi perusahaan agar dapat meningkatkan performance dalam melayani konsumen untuk memberikan kepuasan bagi konsumen agar konsumen yang sudah di dapat tidak beralih ke tempat lain. Sehingga hal ini perlu dievaluasi kembali dan menjadi dasar dalam mencapai kemajuan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data diatas yang menunjukkan adanya permasalahan yang dialami oleh bengkel Ahas berkah Jaya Motor II , yakni penurunan penjualan drastis pada tahun 2019. Kondisi penurunan penjualan tersebut mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian terhadap bengkel Ahas berkah Jaya Motor II. Banyaknya pesaing sejenis menuntut bengkel Ahas berkah Jaya Motor II untuk mempertahankan konsumennya dengan melakukan strategi-strategi bisnis agar penjualan tidak semakin menurun. Sehingga perumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II ?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II ?
3. Apakah lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II .
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II .
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada bengkel Ahas Berkah Jaya Motor II .

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan , harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang konsumen adalah :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran terutama dalam aspek kualitas pelayanan , harga , lokasi, dan terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk di jadikan sebagai informasi dan gambaran dalam mengambil langkah yang tepat dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran , dan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

