

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi memberikan dampak yang luas terhadap perkembangan dunia bisnis. Dalam kondisi persaingan yang cukup ketat, setiap bisnis yang dijalankan harus berusaha mempertahankan bisnis tersebut agar tetap beroperasi. Tidak hanya beroperasi tetapi bisnis yang dijalankan harus bisa bersaing dan berkembang (Nugroho dan Budi, 2013). Pasar terbuka luas dengan berbagai peluang, sehingga persaingan menjadi semakin ketat dan sulit di prediksi. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan bisnisnya supaya mampu bersaing (Maskur, Nurul dan Nursaidah, 2016).

Kebutuhan akan sarana transportasi yang praktis sudah bukan hal yang sulit untuk dipenuhi, salah satunya ialah motor. Motor merupakan kendaraan roda dua yang sangat mendukung mobilitas manusia. Motor sudah menjadi kebutuhan pokok bagi kalangan masyarakat di setiap lapisan. Bukti mendasar kebutuhan tersebut yaitu semakin tingginya angka pembelian motor baru maupun bekas setiap tahunnya. Jenis pengguna roda dua semakin tidak terkendali hingga kerap menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kemacetan, kecelakaan lalu lintas dan lain sebagainya. Tingginya kecelakaan lalu lintas dapat menjadi peluang bisnis bagi jasa bengkel khususnya bengkel motor. Peluang bisnis bengkel motor yang cukup potensial untuk dikembangkan membuat perjalanan bisnis di bidang ini menjamur, dengan berbagai kualitas pelayanan yang memberikan pilihan bagi konsumen dalam memilih jasa bengkel kepercayaannya. Menurut Kotler (2003), menyatakan bahwa kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan adalah kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan, tidak hanya jangka pendek tetapi juga jangka panjang.

HM Jember merupakan bisnis jasa bengkel motor yang berdiri sejak tahun 2010 dengan tenaga mekanik satu orang dan berlokasi di patrang. Pemilik melihat terdapat potensi yang besar dalam bisnis jasa bengkel motor. Pemilik beranggapan bahwa motor merupakan alat transportasi yang praktis dan cukup membantu dalam mobilitas masyarakat, sehingga dapat dipastikan jasa ini memiliki banyak

pelanggan. Sejak berdirinya bengkel motor HM Jember memang belum memiliki pencatatan terkait pelanggan. Bengkel tersebut menggunakan kisaran dengan jumlah pelanggan perhari. Setelah tahun 2013 bengkel HM motor mulai menggunakan catatan pelanggan. Data jumlah pelanggan dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah pelanggan yang menggunakan jasa bengkel motor**  
**HM Jember tahun 2013-2017**

| Tahun  | Jumlah Pelanggan | Capaian (%) | Pertumbuhan (%) |
|--------|------------------|-------------|-----------------|
| 2013   | 696              | 23,84       | -               |
| 2014   | 732              | 25,08       | 0,052           |
| 2015   | 603              | 20,67       | -0,044          |
| 2016   | 500              | 17,13       | -0,035          |
| 2017   | 388              | 13,30       | -0,224          |
| Jumlah | 2.919            |             |                 |

Sumber: Data dari bengkel motor HM Jember tahun 2018

Berdasarkan Tabel di atas dapat di paparkan bahwa jumlah pelanggan pada tahun 2013 sebanyak 696 dengan jumlah per hari sekitar tujuh sampai delapan orang perhari. Pada tahun 2014 bengkel motor HM Jember mengalami kenaikan jumlah pelanggan sebanyak 732 orang dengan tingkat pertumbuhan sekitar 0,052%. Hal tersebut menandakan bahwa bengkel motor HM Jember berhasil dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Namun di tahun 2015 bengkel motor HM Jember mengalami penurunan jumlah pelanggan yang cukup signifikan mencapai 0,044%. Penurunan jumlah pelanggan juga diikuti pada tahun-tahun berikutnya. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan semakin berkurang sehingga perlu adanya perbaikan melalui strategi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut.

Oliver (1997) menyatakan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong terjadinya pembelian ulang. Loyalitas pelanggan akan meningkatkan keunggulan persaingan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Loyalitas dapat diartikan sebagai bentuk kesetiaan seseorang dalam

menggunakan jasa. Jika pelanggan sudah loyal terhadap satu bengkel, maka sangat dimungkinkan pelanggan tersebut akan menggunakan jasa bengkel tersebut.

Loyalitas konsumen secara umum merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh pihak bengkel agar tetap menjadi konsumen di perusahaan tersebut. Menurut Singh (1991), bahwa kepuasan merupakan faktor yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Pendapat tersebut didukung oleh Reichheld dan Sasser (1990), yang menyatakan bahwa konsumen yang puas akan memiliki loyalitas yang lebih besar, yang memungkinkan kesempatan untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. Perasaan puas tentu menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang dapat meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan. Penelitian terdahulu yang menguji tentang kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yaitu dilakukan oleh Ishak dan Zhafiri (2011), yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Suegato (2013), menyimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan. Awaluddin dan Margono (2012), menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepercayaan pelanggan. Menurut Aekar (Nugroho dan Budi, 2013), kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen terhadap bisnis jasa sehingga ada komunikasi dan interaksi antara pelanggan yaitu dengan membicarakan jasa tersebut. Semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap sebuah jasa, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan pelanggan terhadap jasa tersebut. Komitmen pelanggan terhadap jasa merupakan kepercayaan dalam menggunakan suatu jasa yang meliputi rekomendasi dan kepercayaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang didukung oleh Ishak dan Zhafiri (2011) yang menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Suegato (2013) menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan digunakan oleh pelanggan untuk menyelesaikan masalah dan pelanggan memberikan perasaan puas dan percaya terhadap kemampuan layanan yang bisa diberikan. Kepuasan dan kepercayaan yang diberikan pelanggan

berhubungan dengan profit, atau manfaat yang dapat di terima. Kualitas jasa pelanggan yang didapatkan melalui pemenuhan keseluruhan kebutuhan oleh pelanggan. Jika kebutuhan pelanggan terpenuhi, maka hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan juga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin kebutuhan yang kuat dengan bengkel. Ikatan yang dimaksud yaitu ketertarikan pelanggan dalam penggunaan produk. Apabila kualitas pelayanan baik, seperti halnya pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap yang cepat, memiliki jaminan pelayanan dan memiliki perhatian yang lebih, maka konsumen akan merasa puas dan akan tetap loyal terhadap bengkel. Nugroho dan Budi (2013), meneliti dan menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Awaludin dan Margono (2012), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian mengenai kepuasan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas telah banyak dilakukan. Namun, masih terdapat ketidak konsistenan antara penelitian yang satu dengan yang lainnya. Beberapa uraian di atas menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada bengkel motor HM Jember)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor  
HM  
Jember.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengalaman bagi penulis dalam melaksanakan penelitian serta menambah pemahaman mengenai pengaruh kepuasan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan bengkel motor HM Jember. Kegunaan lain bagi pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi Pihak Pemilik Jasa Bengkel  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik jasa bengkel terkait pengaruh kepuasan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi Peneliti  
Bagi peneliti, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih peneliti untuk dapat menerapkan teori yang diperoleh saat perkuliahan.
3. Bagi Pihak Akademis  
Penelitian ini diharapkan memberikan tambahan informasi dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh kepuasan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, yang dapat meningkatkan

pemahaman mahasiswa sehingga dapat menjadi acuan dalam pembelajaran dan peningkatan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk penelitian berikutnya.

