

# BAB I

## PENDAHULUAN

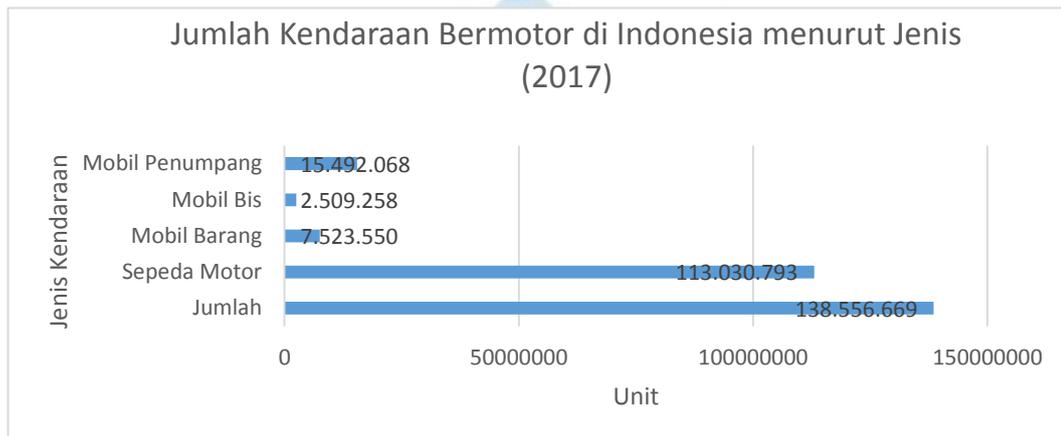
### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang begitu pesat. Pasalnya, kini perusahaan telah banyak memasuki dunia pasar jasa seperti otomotif. Saat ini, industri otomotif di Indonesia terus menerus mengalami perkembangan. Pada tingkat ASEAN, pertumbuhan pada sektor otomotif di Indonesia tercatat memiliki nilai tertinggi pada tahun 2012 yaitu sebesar 18,7% (Sumber : [www.kilasberita.com](http://www.kilasberita.com)). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak pada bidang jasa otomotif memiliki prospek yang cukup baik dan menjanjikan hingga dimasa mendatang.

Jumlah kendaraan motor di Indonesia menembus angka 100 juta pada tahun 2017 dan terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) yang diambil pada tahun 2017 kendaraan roda dua di tanah air telah mencapai 138,5 juta unit yang berarti peningkatannya mencapai 7,4% dari tahun sebelumnya yang hanya berjumlah sekitar 105,15 juta unit. Kendaraan roda dua merupakan kendaraan yang paling dominan di tanah air, kendati demikian hal ini menjadi salah satu penyebab kemacetan di mana mana khususnya di kota Bandung. Kemacetan ini akan berpengaruh terhadap tingkat kecelakaan yang terjadi di jalan raya. Untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan pada saat berkendara, pemilik kendaraan harus selalu menjaga dan merawat kondisi kendaraan supaya tetap dalam kondisi baik, yaitu dengan melakukan *service* secara rutin. Untuk itulah jasa bengkel sangat diperlukan.

Berikut merupakan grafik jumlah kendaraan bermotor di Indonesia berdasarkan jenisnya pada tahun 2017.

**Gambar 1.1: Grafik Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia berdasarkan jenis**



*Sumber : Badan Pusat Statistika Tahun 2017*

Beberapa perusahaan jasa khususnya bengkel motor semakin bermunculan dengan menampilkan produk jasa yang hampir sama bahkan sejenis, hal ini menyebabkan perusahaan semakin berlomba - lomba menawarkan produk dan pelayanan yang beragam dan terbaik untuk ditawarkan kepada para pengguna jasa. Kemampuan bersaing dalam dunia bisnis yang sangat tinggi menuntut para pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan menguasai pasar. Menjadi organisasi yang berfokus pada konsumen harus memiliki keunggulan kompetitif. Menurut Kristina (2018:3) “Untuk dapat bertahan ditengah atmosfer persaingan yang tinggi, keunggulan kompetitif bisa menjadi salah satu pemilihan strategi yang dapat digunakan di dunia usaha”. Selain menciptakan produk dan pendukung produk untuk usaha jasa bengkel, juga harus memperhatikan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu tolak ukur dalam menentukan kepuasan pelanggan terutama untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa. Menurut Lupiyoadi (dalam Kristina 2018:4) “Dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan konsumen, umumnya konsumen akan merasa puas jika mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan ekspektasi”. Dengan demikian, salah satu bagian terpenting dari sebuah perusahaan adalah kualitas pelayanan. Karena kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari perusahaan akan menimbulkan loyalitas terhadap produk atau pelayanan tersebut.

Dalam kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mengidentifikasi lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *empathy* (empati). Pengukuran yang dikemukakan oleh Parasuraman ini dikenal dengan model *SERVQUAL* (*service quality*).

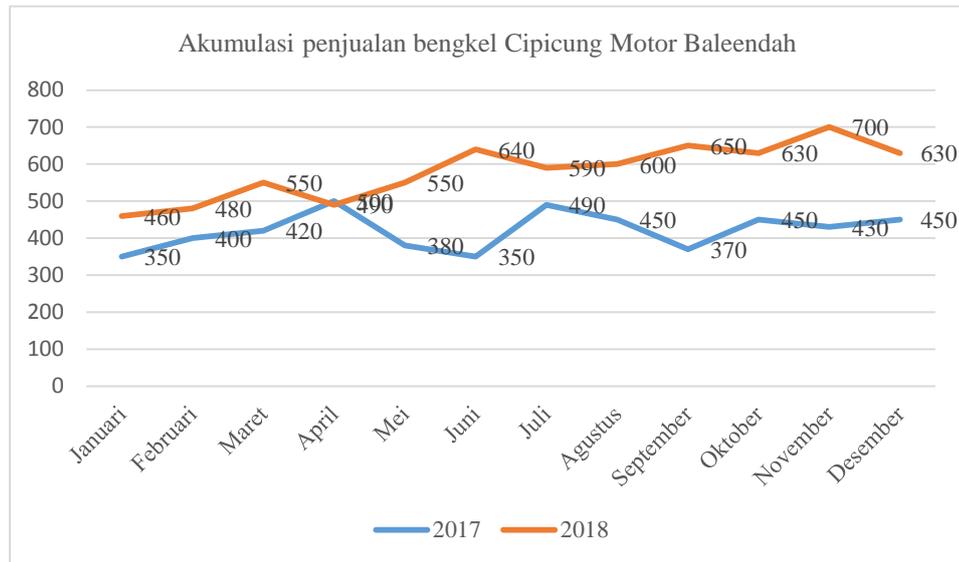
Parasuraman (2005) menyebutkan bahwa kualitas jasa memiliki peran dalam menentukan dan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut agar sesuai dengan harapan pelanggan. Karena pada umumnya, pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan atau bahkan melampaui harapan tersebut. Ketika harapan konsumen akan pelayanan tersebut terpenuhi, mereka akan bersedia untuk menggunakan jasa tersebut secara berulang. Selain itu, pelayanan yang baik dan memenuhi harapan konsumen akan menjadi ingatan bagi para konsumen sehingga tidak jarang menjadikan penyedia jasa tersebut sebagai preferensi bagi orang-orang disekitarnya.

Terdapat banyak keuntungan yang dapat diterima oleh perusahaan ketika konsumen loyal terhadap suatu produk. Karena tugas kedua seorang pemasar setelah mempromosikan produk adalah mencari cara bagaimana supaya pelanggan loyal terhadap produk tersebut. Ketika seorang pemasar mampu menciptakan pelanggan yang loyal terhadap produk yang dipasarkannya, ia dapat mengurangi beban biaya untuk promosi. Sedangkan biaya untuk mendapatkan pelanggan baru melalui promosi selalu menjadi lebih besar dibandingkan dengan membuat pelanggan rela untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang telah ditawarkan.

Banyak usaha bengkel motor yang terus berkembang, menurut survey yang dilakukan oleh peneliti ada sekitar 20 usaha bengkel motor yang beroperasi di kabupaten Bandung tepatnya di Kecamatan Baleendah, salah satunya yaitu usaha bengkel “Cipicung Motor” yang sudah berdiri selama 17 tahun sejak tahun 2002. Loyalitas pelanggan pada bengkel ini menarik untuk diteliti, hasil wawancara dengan pemilik usaha Cipicung Motor yaitu bapak Sulaiman, beliau mengatakan bahwa kebanyakan pelanggan yang datang berkunjung bukanlah pelanggan baru, melainkan merupakan pelanggan tetap di bengkel tersebut. Namun pada pertengahan tahun 2017 bengkel ini mengalami penurunan penjualan, yang bersamaan dengan berhentinya beberapa pegawai yang cukup kompeten karena beberapa alasan, sehingga pemilik bengkel terpaksa harus merekrut pegawai baru secara berulang kali. Akibat adanya perekrutan pegawai baru, banyak konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan, karena mereka merasa bahwa pegawai tidak cukup kompeten dalam menangani permasalahan.

**Gambar 1.2 :**  
**Pergerakan Penjualan Jasa Bengkel Cipicung Motor**

Periode 2017-2018



Sumber : Data Diolah Peneliti

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa penjualan pada bengkel Cipicung Motor sangat fluktuatif dari tahun 2017 hingga 2018. Namun terjadi penurunan pada bulan Mei, Juni dan juga September pada tahun 2017 yang merupakan masa dimana perusahaan merekrut pegawai baru. Akan tetapi pada tahun 2018 fluktuasi penjualan di bengkel Cipicung Motor tidak terlalu signifikan. Bengkel Cipicung motor Baleendah Bandung merupakan salah satu bengkel yang masih menggunakan cara pelayanan yang semi modern seperti sistem antrian, serta tempat menunggu yang seadanya tanpa fasilitas tambahan. Namun meski demikian, pengunjung tetap berdatangan terutama setiap akhir pekan.

Kepuasan pelanggan menjadi alasan mengapa konsumen loyal terhadap suatu produk, sedang kepuasan sendiri ditentukan oleh seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama keberhasilan suatu perusahaan dalam jangka panjang terutama perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti berkeinginan melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pelanggan Bengkel Cipicung Motor Baleendah Bandung)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun masalah yang dihadapi oleh bengkel Cipicung Motor Baleendah yaitu :

1. Sistem Bengkel Cipicung motor masih menggunakan cara semi modern.
2. Sumber daya manusia yang masih belum menyadari sepenuhnya arti penting kualitas pelayanan.
3. Pegawai baru yang belum terlatih dalam menangani permasalahan, sehingga mengakibatkan kekecewaan terhadap pelanggan
4. Banyak pelanggan yang pindah ke bengkel lain akibat antrian yang padat dan tidak terkendali setiap akhir pekan.

### **C. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cipicung Motor?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Cipicung Motor?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Cipicung Motor?
4. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Cipicung Motor?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Cipicung Motor.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada bengkel Cipicung Motor.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada bengkel Cipicung Motor.
4. Untuk mengetahui pengaruh memediasi kepuasan konsumen terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada bengkel Cipicung Motor.

## **E. Manfaat Hasil Penelitian**

Peneliti berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam mempertimbangkan perencanaan strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen pada bengkel Cipicung Motor.

### **2. Bagi Universitas dan peneliti selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan bagi peneliti lain khususnya tentang kualitas pelayanan jasa, dan diharapkan memberikan kontribusi dan tambahan informasi yang berguna bagi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

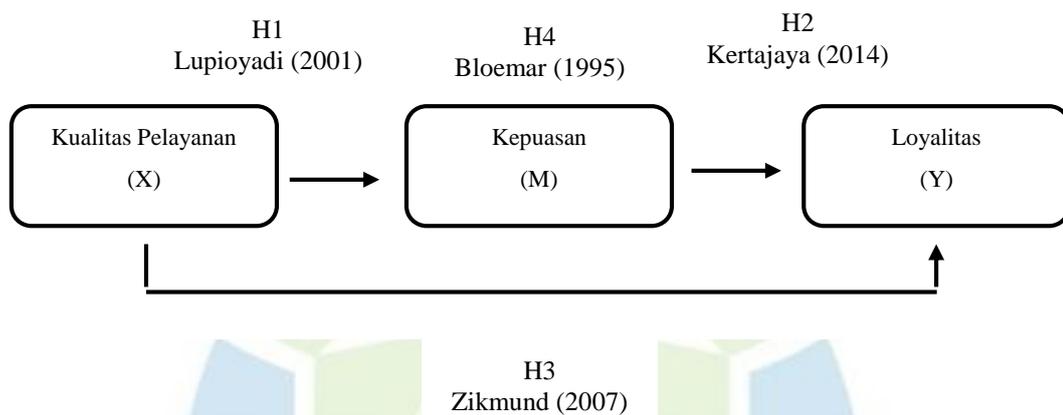
### **3. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini merupakan implementasi dari teori-teori yang di peroleh selama kuliah di Program Studi Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran yang sesuai dan seharusnya digunakan di usaha jasa ini.

## F. Kerangka Pemikiran

Untuk memudahkan dalam menganalisis hasil penelitian ini, maka dibuatlah kerangka pemikiran berikut:

**Gambar 1.3 :**  
**Desain Kerangka Pemikiran**



Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan bengkel Cipicung motor. Variabel bebas (independen) pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, variabel terikat (dependen) adalah Loyalitas, sedangkan Kepuasan sebagai variabel mediasi.

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2001:158) menjelaskan dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor pendorong utama untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik harus dibuktikan dengan pemberian kesan yang baik kepada pelanggan demi terciptanya kepercayaan terhadap suatu produk. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.

## 2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.

Kertajaya (2014:2) menyebutkan “Tingginya loyalitas konsumen ditentukan oleh tingkat kepuasan yang diterima konsumen tersebut”. Sedangkan menurut Zikmund (2007:72) Tingginya kepuasan konsumen menjadi faktor pendorong untuk mendorong tingginya tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

## 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.

Kualitas pelayanan menjadi bagian terpenting dalam suatu perusahaan hal ini untuk memenuhi harapan konsumen dan membuat konsumen loyal dengan perusahaan. Konsumen yang loyal terhadap perusahaan jasa pasti erat kaitannya dengan adanya kualitas pelayanan yang pernah dirasakan oleh konsumen tersebut. Maka perusahaan akan terus menjaga loyalitas konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan jasa bengkel Setia Motor.

## 4. Pengaruh Mediasi Kepuasan terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Stank et al dalam Bloemer dan Kasper (1995) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Konsumen yang memutuskan untuk loyal terhadap suatu produk atau jasa seringkali disebabkan karena mereka merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai

dengan kebutuhan, tetapi juga memuaskan dan menyenangkan. Jenis pelayanan ini dalam dunia pemasaran seringkali disebut dengan pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan (Kartajaya, 2006).

### **G. Hipotesis**

Sugiyono (2008: 93) menjelaskan hipotesis adalah suatu praduga sementara dalam sebuah penelitian. Hipotesis ini ada karena belum terpenuhinya suatu jawaban karena belum dilandasi oleh teori dan fakta yang relevan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2: Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

H4: Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

**Tabel 1.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Aris Imandha (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat ( Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)	Kualitas Pelayanan (X) Loyalitas Pelanggan (Y) Kepuasan Pelanggan (Z)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel berpengaruh positif. Akan tetapi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan di JNE cabang Hijrah Sagan Yogyakarta.
2.	Rizki Fajar Kusumo Putro (2009)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi ( Studi Pada Pelanggan <i>Fixed-Wire Line Phone</i> Di Surakarta )	Kualitas Pelayanan (X) Loyalitas Pelanggan (Y) Kepuasan Pelanggan (Z)	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mengindikasikan munculnya rasa puas yang dirasakan oleh konsumen yang disebabkan oleh adanya kualitas pelayanan yang dinilai baik di mata mereka.
3.	Helisia Krisdayanti (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Kertapati Jaya Indah Palembang	Kualitas Pelayanan (X1) Loyalitas Pelanggan (X2) Kepuasan Pelanggan (Y)	Pada pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Keduanya memiliki pengaruh sebesar 85,8% sedangkan sisanya sebesar 14,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut.
4.	Kristina Deta Natasya (2018)	Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi (Studi Kasus pada Konsumen Bengkel Setia Motor Ruko Cikande)	Kualitas Pelayanan (X) Loyalitas Konsumen (Y) Kepuasan Konsumen (Z)	Pada penelitian ini keseluruhan variabel memiliki pengaruh satu sama lain, begitupun dengan pengujian variabel mediasi. Variabel Y mampu me-mediasi variabel X dan Y dengan nilai <i>ZValue</i> sebesar 11,342
5.	Himatul Aliyah (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pada Bpr Syariah Artha Amanah Ummat Ungaran)	Kualitas Pelayanan (X) Loyalitas (Y) Kepuasan Nasabah (Z)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pada setiap dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel Y dan Z. Keseluruhan dimensi X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y, namun tidak signifikan. Meski demikian penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah me-mediasi hubungan antara X dan Y