

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini dilatar belakangi karena banyaknya pengguna sepeda motor dari berbagai merk sepeda motor yang ada di sekitar wilayah Yogyakarta. Kebutuhan akan sepeda motor bagi konsumen menjadi hal yang sangat penting, sebab sepeda motor digunakan sebagai sarana transportasi bagi kebanyakan orang. Sepeda motor dinilai banyak orang merupakan sarana transportasi yang tidak banyak mengeluarkan banyak biaya, dan dapat menghindari kemacetan di jalan sehingga dapat membantu dengan cepat sampai tujuan. Produk sepeda motor yang di gunakan secara terus-menerus tentu lama-kelamaan akan mengalami penyusutan kinerja mesin dan kerusakan karena hal itulah sepeda motor akan membutuhkan suatu jasa perawatan dan penyediaan suku cadang yang sesuai, seperti pada dealer Yamaha Sumber Baru Motor yang telah menekuni usaha ini lebih dari 30 tahun (sejak tahun 1972).

CV Yamaha Sumber Baru Motor menyediakan jasa pelayanan penjualan, jasa perawatan, dan penyediaan suku cadang yang akan memudahkan para konsumen pengguna sepeda motor merk Yamaha dalam mengganti komponen-komponen motor yang sudah tidak layak dan mengontrol kestabilan fungsi kendaraan merk ini, baik dari segi mekanik dan kelistrikan pada mesin, yang tentunya hal ini akan ditangani oleh para ahli

pada bidangnya, diharapkan dengan adanya bengkel ini konsumen jika ada keluhan pada sepeda motor Yamahnya dapat mengontrolkan mesin dan atribut sepeda motornya ke bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.

Keinginan konsumen untuk menggunakan jasa ini tentunya tidak lepas dari citra bengkel Yamaha Sumber Baru Motor di benak konsumen, serta kepuasannya terhadap atribut-atribut yang ada dan diberikan oleh Yamaha Sumber Baru Motor yang kemudian akan membentuk sikap konsumen terhadap objek ini, yang akhirnya dapat menciptakan perilaku loyal/melakukan pembelian ulang atau tidak loyal/tidak mau membeli ulang.

CV Yamaha Sumber Baru Motor sebagai Dealer dan mitra kerja yang bergerak dalam penjualan, perawatan, jual suku cadang motor Yamaha tentunya mempunyai hubungan dengan perusahaan induk, PT Yamaha Motor Indonesia yang berlokasi di Jakarta. Pada awal tahun 2006 PT Yamaha Motor Indonesia memperoleh penghargaan *ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award 2006)* dari majalah Swa, untuk kategori *sport motorcycle, The Best In Achieving, Total Customer Satisfaction*. Ini merupakan prestasi yang harus dipertahankan. Tentunya hal ini akan berpengaruh positif pada citra perusahaan dan sikap konsumen terhadap produk, layanan yang akan mereka terima dari PT Yamaha Motor Indonesia, jika menggunakan produk/layannya.

Dari hasil penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan adalah dua prediktor penting bagi loyalitas pelanggan (Andreassen, 1998 dalam Fatmawati, 2004).

Penelitian lain yang dilakukan pada industri perhotelan, menunjukkan bahwa citra dan kepuasan merupakan prediktor yang baik bagi variasi loyalitas pelanggan (Kandampully dan Sulartanto, 2000).

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian Fatmawati (2004) dengan judul "Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa citra rumah sakit, baik citra pelanggan tentang atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit itu sendiri secara keseluruhan berhubungan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini juga mereplikasi penelitian Novarita (2005) dengan judul Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Perilaku Lampau terhadap Niat Konsumen untuk Berbelanja Kembali di Ramai Family Mall di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sikap dan perilaku lampau berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk berbelanja kembali.

Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler, 2000).

Penelitian empiris membuktikan evaluasi citra serta tindakan pembelian sampai evaluasi kepuasan penggunaan produk yang dibeli, yang secara langsung berdampak pada sikap dan kemungkinan dilakukannya pembelian ulang/loyalitas (Alba et al., 1991 dalam Dharmanto, D.S., 2002).

Telah menjadi pemahaman secara umum bahwa mengetahui sikap seseorang itu ekuivalen dengan memprediksi tindakannya (Fazio and Zanna, 1981 dalam Dharmesta, B.S, 2003).

Loyalitas konsumen diukur dari sikap dan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain dan memberikan komentar positif tentang produk/layanan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, karena jasa layanan servis/bengkel sepeda motor yang ada di Yogyakarta ini cukup banyak. Persaingan yang terjadi diantara sesama penjual jasa ini pun bisa dibilang sangat marak terjadi, sehingga untuk memenangkan persaingan tersebut dan untuk mencapai tujuannya maka perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang baik, diantaranya dengan membentuk citra yang baik di mata masyarakat, agar dapat menciptakan suatu kepuasan dan sikap pelanggan yang akhirnya mau berperilaku loyal dan sesuai dengan visi dan misi pada usaha ini.

Dari berbagai hal di atas, peneliti bermaksud meneliti tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh citra, kepuasan dan sikap pelanggan yang terwujud dengan keinginan pelanggan untuk tetap membeli ulang, keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan memberikan komentar positif tentang usaha ini. Peneliti mengambil judul: "Pengaruh Citra Bengkel Kepuasan dan Sikap Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan" (studi pada bengkel Yamaha Sumber Daya Motor Yogyakarta).

B. Batasan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas dan judul penelitian, peneliti membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada pelanggan bengkel Yamaha Sumber Baru Motor-Kadipiro yang terletak di jalan Wates Km 2,5 nomer 37 Yogyakarta.
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra bengkel Yamaha Sumber Baru Motor-Kadipiro Yogyakarta, kepuasan dan sikap pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti dapat membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra bengkel, kepuasan dan sikap pelanggan (secara parsial maupun simultan) terhadap loyalitas pelanggan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pendahuluan dan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra bengkel, kepuasan dan sikap pelanggan (secara parsial maupun simultan) terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi praktisi, teoritis serta bagi penulis sendiri.

1. Manfaat bagi praktisi

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih mengetahui keinginan konsumen dan dalam menerapkan suatu strategi yang tepat, hasil penelitian juga dapat digunakan sebagai masukan atau tambahan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca atau konsumen.

2. Manfaat bagi peneliti atau teoritis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana menerapkan teori yang di dapat kedalam praktek yang sebenarnya serta dapat menambah referensi peneliti dibidang pemasaran.