

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam dunia yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan.

Pada era moderen saat ini, hampir setiap orang memiliki dan membutuhkan alat transportasi roda dua atau sepeda motor dan sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat. Mulai dari remaja hingga dewasa bahkan anak-anak sekalipun sudah menggunakan kendaraan terutama kendaraan sepeda motor oleh sebab itu padatnya aktivitas di jalan membutuhkan kenyamanan, karena kendaraan yang digunakan harus selalu dalam kondisi baik. Agar kendaraan tetap dalam kondisi baik, diperlukan perawatan dan servis berkala, bahkan suku cadang yang rusak pun perlu

diperbaiki, sehingga diperlukan jasa reparasi sepeda motor. Situasi ini patut dijadikan sebagai peluang bisnis. Adapun jumlah volume penjualan sepeda motor di Indonesia selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 1.1 Data Jumlah Volume Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016 - 2020

Tahun	Jumlah Volume Penjualan
2016	5,931,285
2017	5,886,103
2018	6,383,111
2019	6,487,460
2020	3,660,616
Total	28,348,565

Sumber : Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Berdasarkan tabel diatas Dapat dilihat bahwa jumlah penjualan sepeda motor mengalami kenaikan dan penurunan. Penjualan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 45,182 dari tahun 2016. Sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 penjualan mengalami kenaikan secara berturut-turut sebesar 497,008 dan 104,349. Pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sangat signifikan sebesar 43,57%. Terjadinya penurunan yang signifikan pada tahun 2020 tersebut akibat adanya pandemi Covid-19, walaupun jumlah penjualan mengalami naik turun selama lima tahun terakhir jumlah volume kendaraan sepeda motor tetap mengalami kenaikan. Total kenaikan jumlah kendaraan sepeda motor selama lima tahun terakhir di Indonesia adalah sebesar 28,348,565. Mengingat jumlah pengguna sepeda motor yang terus meningkat, maka bisnis reparasi sepeda motor memiliki prospek yang cerah. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah volume sepeda motor setiap

tahunnya. Meningkatnya jumlah volume kendaraan sejalan dengan meningkatnya banyaknya usaha resparasi kendaraan terutama kendaraan sepeda motor oleh karena itu, penyedia layanan harus telah lebih meningkatkan tujuan yang lebih baik, yaitu seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang kompetitif. Bengkel Garuda Motor Yogyakarta merupakan salah satunya. Bengkel Garuda Motor Yogyakarta selalu berupaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui layanan dan harga kompetitif yang mereka berikan, dengan pelanggan yang merasa puas maka akan tercipta loyalitas pelanggan yang mana sikap loyalitas tersebut dapat sangat menguntungkan dari pelaku bisnis tersebut. Menurut Fandy & Gregorius (2016) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Meningkatnya persaingan karena semakin banyaknya perusahaan yang berpartisipasi dalam mengupayakan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan bengkel Garuda Motor Yogyakarta harus memasukan orientasi terhadap kepuasan pelanggan. Pada dasarnya semua tujuan hanya untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Salah satu faktor keberhasilan bengkel Garuda Motor Yogyakarta dalam menjalin hubungan dengan pembeli dapat ditentukan oleh kualitas layanan yang dapat memenuhi selera pelanggan. Kualitas pelayanan Menurut Philips & Lane (2016), bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kualitas

pelayanan bias diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Point utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumen demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen memiliki kecenderungan untuk menetapkan nilai tertentu berdasarkan pengalamannya. Nilai ini mempengaruhi bagaimana konsumen membandingkan dengan pesaing produk dan jasa yang mereka alami. Jika perusahaan menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tinggi, diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen, dan memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan dibandingkan dengan pesaing.

Selain pada kualitas layanan atau service yang diinginkan pelanggan, faktor harga juga menjadi salah satu pertimbangan bagi para pelanggan yang ingin melakukan perawatan pada sepeda motor yang dimilikinya. harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk (Fandy & Gregorius, 2016).

Produk atau jasa haruslah memberikan nilai yang maksimal dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan akan memilih produk yang memberikan nilai maksimal bagi mereka sehingga dapat memberikan kepuasan yang maksimal pula. Faktor harga ini juga harus diperhatikan oleh

bengkel Garuda Motor Yogyakarta agar dapat unggul dan menarik minat pelanggan.

Adapun dasar pemilihan bengkel Garuda Motor Yogyakarta sebagai objek penelitian ini karena pertimbangan kondisi perusahaan tersebut. Bengkel Garuda Motor Yogyakarta menawarkan berbagai jenis perbaikan mulai dari perawatan (servis), penggantian oli motor dan juga sebagai retail spare parts, pelumas motor dan mobil. Ditambah dengan tingginya jumlah volume penjualan Bengkel Garuda Motor Yogyakarta dibandingkan dengan para kompetitornya yang terutama ber lokasi di Jl. Wonosari Km 11 Tegalyoso Piyungan Bantul Yogyakarta mengindikasikan tingginya loyalitas pelanggan yang dimiliki bengkel Garuda Motor Yogyakarta. Munculnya dan bertambahnya persaingan yang tajam ini terutama untuk pasar pembeli, peranan dari kualitas pelayanan dan persepsi harga sangatlah penting terutama untuk membuat komitmen dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dan sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel Garuda Motor Yogyakarta cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus bertransaksi di bengkel Garuda Motor Yogyakarta, sedangkan pelanggan yang kurang puas atau tidak puas memiliki kecenderungan untuk beralih kepada perusahaan sejenis yang mampu menawarkan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, bengkel Garuda Motor Yogyakarta diharapkan dapat terus meningkatkan kinerjanya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitiannya

Penelitian ini merupakan replikasi murni. Peneliti tertarik untuk menggunakan variabel yang sama seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fachreza dan Widayanto (2020) tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang) dalam penelitian tersebut meneliti mengenai pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan.

Dengan menggunakan pernyataan penelitian dan berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. (Studi Kasus Pada Bengkel Garuda Motor Yogyakarta)”.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?

4. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?
7. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta?

### **C. Tujuan penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.

5. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.
6. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.
7. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan pada bengkel Garuda Motor Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini, diharapkan ada manfaat yang dapat diperoleh yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi yang dapat dimanfaatkan pada penelitian selanjutnya atau sebagai acuan pada peneliti-peneliti lain yang memiliki judul atau masalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan terhadap kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang nantinya akan menjadi tolak ukur perusahaan. Dan untuk peneliti



diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan sebagai pelengkap penelitian terdahulu.