

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

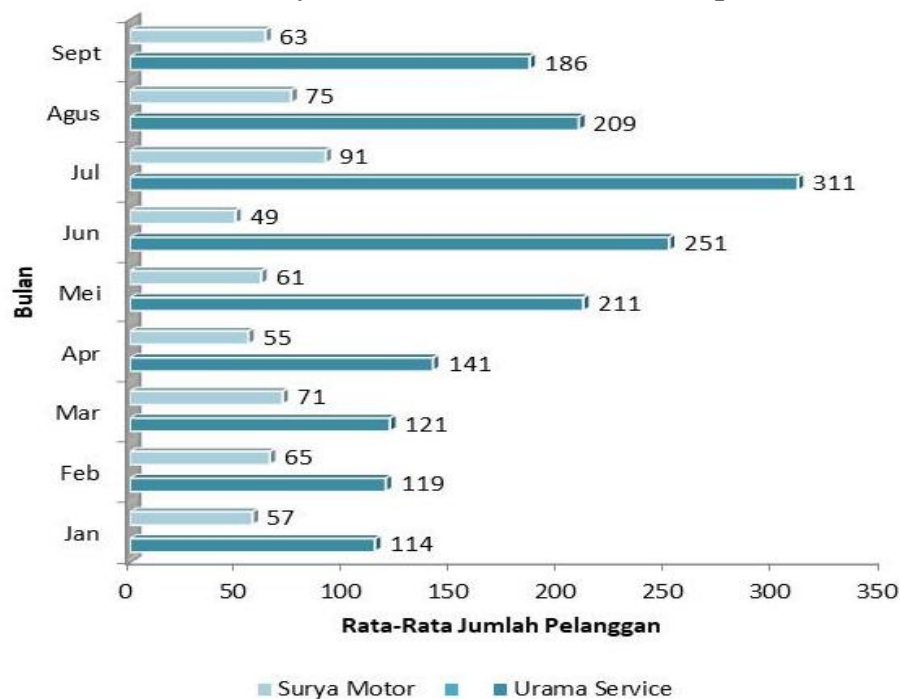
Perkembangan dunia *automotive* pada saat terus mengalami peningkatan, hal tersebut terlihat dari terus meningkatnya jumlah kepemilikan kendaraan baik roda dua atau pun roda empat pada berbagai kota di Indonesia. Hal yang sama juga terjadi di Kota Padang, pada saat ini Kota Padang yang biasanya sangat jarang untuk mengalami kemacetan jalan raya, hal tersebut menjadi sebuah fenomena yang dianggap umum di Kota Padang saat ini terutama pada hari senen sampai jumat. Terus meningkatnya jumlah kendaraan di Kota Padang membuat unit usaha *service* atau jasa reperasi / perbaikan kendaraan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Mengingat sebuah kendaraan sangat membutuhkan pemeliharaan yang baik dan teratur.

Masyarakat di Kota Padang pada khususnya relatif aktif dalam bekerja sehingga sangat jarang menyempatkan diri untuk melakukan perawatan pada unit kendaraan yang mereka miliki. Oleh sebab itu keberadaan bengkel *Service* menjadi hal yang sangat penting dan dibutuhkan masyarakat. Pada saat ini setiap distributor merek kendaraan terkemuka telah memiliki bengkel resmi serta cenderung memberikan pelayanan purna jual kepada pelangganya, seperti auto 2000, Suzuki, hingga muncul berbagai bengkel yang dikelola oleh pihak personal seperti Utama *Service*.

Utama *Service* merupakan salah satu bengkel yang menyediakan layanan reparasi berbagai jenis kendaraan roda empat yang terletak di pusat Kota Padang.

Utama Service merupakan salah satu bengkel yang memiliki skala yang relatif besar. Hal tersebut dapat diamati dari kelengkapan fasilitas dan peralatan yang digunakan oleh petugas dalam memberikan pelayanan. Lengkapnya fasilitas layanan yang ditawarkan lebih ditujukan untuk menciptakan keunggulan bersaing dengan para pesaing. Hal tersebut disebabkan karena Utama Service terletak pada lokasi yang strategi dan dekat unit usaha pesaing yaitu Surya Motor. Masing masing bengkel memiliki pelanggan tersendiri seperti terlihat dari grafik frekuensi jumlah pelanggan Utama Service dari bulan Januari sampai Desember 2018 yang lalu dibawah ini:

Grafik I
Jumlah Rata Rata Pelanggan yang Menggunakan Layanan Bengkel
Utama Service & Surya Motor Periode Januari – September 2019



Sumber: Hasil Observasi Lapangan (2019)

Pada gambar terlihat rata rata pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel Utama Service dan Surya Motor relatif berfluktuasi, walaupun demikian Utama

Service memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak di bandingkan dengan Surya Motor. Masing masing bengkel memiliki cara dan strategi yang relatif berbeda untuk menciptakan keunggulan bersaing. Salah satu layanan tambahan yang diberikan Utama *Service* adalah adanya tarif atau harga special yang ditujukan kepada pelanggan yang menjadi member serta dijaminnya kelengkapan fasilitas dan peralatan yang digunakan selain itu Utama *service* didukung oleh tenaga professional yang berpengalaman. Keunggulan yang relatif sama juga dimiliki Surya Motor dalam menarik pelanggan.

Lebih banyaknya jumlah pelanggan Utama *Service* di bandingkan Surya Motor diduga disebabkan adanya pelanggan yang loyal untuk terus menggunakan layanan Bengkel Utama *Service*. Loyalitas tersebut diperlihatkan dari keteraturan mereka untuk menggunakan layanan bengkel Utama *Service* dan mengabaikan keberadaan bengkel *Service* yang lain. Selain itu lebih banyak pelanggan Bengkel Utama *Service* disebabkan keberadaan pelanggan lama serta ditambah oeh pelanggan baru.

Durianto et al (2012) loyalitas merupakan komitmen yang terbentuk dalam diri pelanggan untuk terus menggunakan sebuah merek jasa yang sama. Komitmen tersebut terbentuk karena adanya aktifitas yang berulang ulang untuk menggunakan sebuah merek jasa yang sama. Seorang pelanggan akan dinyatakan loyal terhadap sebuah merek jasa bila mereka telah menggunakan sebuah merek jasa minimal sebanyak dua kali. Loyalitas yang terbentuk dalam diri pelanggan, akan membuat mereka kebal dengan keberadaan merek yang lain.

Menurut Tjiptono (2012) terbentuknya loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan Bengkel Utama *Service* tidak terbentuk dengan sendirinya akan tetapi dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel diantaranya harga, pelayanan, kepuasan dan hingga terbentuknya kepercayaan pelanggan untuk menggunakan sebuah merek jasa. Masing masing variabel diduga dapat mendorong menguatnya loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan sebuah merek jasa yang sama.

Kotler dan Keller (2009) mengungkapkan harga merupakan balas jasa yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk dapat menggunakan sebuah jasa. Harga yang dikeluarkan akan menunjukkan reputasi dan kualitas sebuah jasa. Ketika harga yang ditawarkan untuk dapat menggunakan sebuah jasa relatif tinggi menunjukkan merek jasa tersebut telah mendapatkan pengakuan oleh pelanggan sebagai jasa yang berkualitas sehingga layak untuk diberikan nilai yang tinggi. Sesuai dengan uraian ringkas tersebut peneliti menduga bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan sebuah merek jasa tertentu.

Sejumlah hasil penelitian terdahulu yang membahas pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan telah dilakukan oleh Bulan (2016) menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Hasil penelitian yang sejalan juga diperoleh oleh Kurniasih (2017) yang menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan menggunakan jasa Bengkel Ahass 002 Astra Motor Siliwangi Semarang., serta penelitian yang dilakukan oleh Rotinsulu (2018) menemukan harga berpengaruh positif terhadap

loyalitas konsumen Big Jay Family Karaoke. Temuan yang diperoleh menunjukkan harga yang mereka bayarkan tidak akan menjadi masalah, ketika mereka merasakan nilai dan manfaat yang sesuai dengan apa yang diharapkan sebelum menggunakan jasa, sehingga mendorong komitmen dalam diri konsumen untuk terus menggunakan jasa karaoke yang sama ketika kebutuhan tersebut kembali muncul

Munculnya loyalitas dalam diri pelanggan untuk menggunakan sebuah merek jasa juga tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Assauri (2011) kualitas pelayanan menunjukkan sejauhmana sebuah kegiatan jasa mampu memenuhi segala keinginan atau harapan pelanggan yang menggunakan jasa. Semakin tinggi kualitas pelayanan akan semakin mendorong meningkatnya kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan, yang tentunya akan memberikan banyak nilai dan manfaat bagi pelanggan yang menggunakannya. Konsistensi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan akan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan pada sebuah merek jasa.

Hasil penelitian yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dilakukan oleh sejumlah peneliti dimasa lalu diantaranya Lubis dkk (2017) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan bengkel *Service* Yamaha Sentral Siteba Padang. Hasil yang sejalan juga diperoleh oleh Kuntari dkk (2016) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel PT Astra Internasional Tbk Cabang Malang serta penelitian yang dilakukan oleh Septian dkk (2018) menemukan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel mobil PT Hartono Raya Motor Semarang.

Lovloct (2014) mengungkapkan bahwa loyalitas yang diperlihatkan pelanggan dalam menggunakan sebuah merek jasa tidak akan terwujud tanpa adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kepuasan menunjukkan kesesuaian antara tingkat kepentingan atau harapan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan sebuah jasa. Ketika harapan yang diharapkan pelanggan dapat terpenuhi oleh manfaat jasa yang diterima maka kepuasan akan terbentuk. Kepuasan yang dirasakan akan menciptakan kesan positif pada merek yang akan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan merek jasa yang sama ketika kebutuhan tersebut kembali muncul.

Hasil penelitian yang membahas pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan telah dilakukan oleh Lubis dkk (2017) menemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan bengkel *Service Yamaha Sentral Siteba Padang*. Hasil penelitian yang sejalan diperoleh oleh Kuntari dkk (2016) menemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel PT Astra Internasional Tbk Cabang Malang serta hasil penelitian Rotinsulu (2018) menemukan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Big Jay Family Karaoke. Temuan yang diperoleh menunjukkan harga yang mereka bayarkan tidak akan menjadi masalah, ketika mereka merasakan nilai dan manfaat yang sesuai dengan apa yang diharapkan sebelum menggunakan jasa atau

pelanggan merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa bengkel, sehingga mendorong komitmen dalam diri konsumen untuk terus menggunakan jasa karaoke yang sama ketika kebutuhan tersebut kembali muncul.

Tjiptono (2012) mengungkapkan ketika pelanggan telah merasakan kepuasan dalam menggunakan sebuah merek jasa, maka tindakan berulang untuk kembali menggunakan jasa yang sama akan muncul. Konsistensi kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan akan mendorong terbentuknya kepercayaan. Bentuk tingginya kepercayaan konsumen pada sebuah merek jasa adalah keinginan yang kuat dalam diri pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang sama dan mulai mengenyampingkan merek jasa substitusi lainnya.

Hasil penelitian terdahulu yang membahas pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan telah dilakukan oleh Rakhman dkk (2017) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Bengkel CV AHSS Brahma Motor Semarang. Hasil penelitian yang sejalan juga diperoleh oleh Rusli (2011) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel Roda Dua Poen Yogyakarta, serta penelitian Kuntari dkk (2016) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa sebuah bengkel. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap sebuah bengkel akan ditandai dengan adanya tindakan berulang untuk menggunakan jasa bengkel yang sama. Ketika perilaku tersebut terus dapat dipertahankan menunjukkan pelanggan tersebut telah memiliki loyalitas pada bengkel.

Berdasarkan kepada uraian ringkas fenomena dan latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk mencoba mengajukan sebuah judul penelitian yang akan membahas beberapa faktor yang diduga dapat dijadikan sebagai penentu rasa puas dalam menggunakan sebuah jasa. Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang berjudul: **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Utama *Service* di Kota Padang**

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian ringkas latar belakang masalah, peneliti mengajukan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.
3. Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.
4. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan kepada perumusan masalah, tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.
3. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.
4. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Utama *Service* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan uraian ringkas latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Perusahaan, hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi bagian manajemen perencanaan dalam rangka menyiapkan strategi pemasaran yang jitu sehingga dapat mendorong keberlanjutan pada usaha bengkel Utama *Service* di Kota Padang.
2. Praktisi, hasil yang diperoleh dapat menambah pengetahuan dan wawasan pihak pihak yang membaca hasil penelitian ini khususnya dalam mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan yang dirasakan konsumen khususnya dalam menggunakan sebuah jasa.
3. Akademisi hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi yang dapat bermanfaat bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik melakukan penelitian yang berkaitan dengan sejumlah faktor yang mendorong terbentuknya kepuasan pelanggan khususnya dalam menggunakan sebuah jasa.