

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatifitas. Pergeseran tersebut terjadi karena paradigma ekonomi berbasis sumber daya yang selama ini dipandang cukup efektif dalam mempercepat pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis, dianggap telah gagal mengadaptasi dan mengakomodasi berbagai perubahan lingkungan bisnis. Seiring dengan dinamika perubahan lingkungan bisnis, era kehidupan ekonomi pun terus berputar dan bergerak maju. Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.

Pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dan populer dengan sebutan Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Di Indonesia sendiri industri kreatif mulai banyak dilirik oleh banyak kalangan karena sangat menjanjikan untuk jangka waktu yang panjang. Meningkatnya kreativitas dan inovasi baru yang dikembangkan masyarakat Indonesia, ternyata mendorong kemunculan industri kreatif di berbagai penjuru nusantara, bahkan secara sengaja Pemerintah Indonesia mulai mensosialisasikan 2 ekonomi kreatif guna mengurangi angka pengangguran yang cukup besar di negara kita. Sesuai dengan UU no 3 tahun 2014 tentang Perindustrian “bahwa pembangunan

nasional di bidang ekonomi dilaksanakan dalam rangka menciptakan struktur ekonomi yang kukuh melalui pembangunan industri yang maju sebagai motor penggerak ekonomi yang didukung oleh kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh” (Ramadhan, 2018).

Globalisasi membawa dampak besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada di mana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit di prediksi. Bisnis otomotif berkembang pesat apalagi di abad ke 21- ini di tambah masuk dalam era industri 5.0, hal ini di tandai dengan semakin banyak pusat-pusat penjualan, baik kendaraan baru maupun bekas, pusat-pusat servis baik berupa bengkel umum maupun bengkel resmi. Tidak hanya itu saja, layanan sarana transportasi bagi masyarakat telah menjadi kebutuhan yang utama mengingat bahwa kendaraan membantu setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat, jumlah sepeda motor yang semakin banyak secara tidak langsung membutuhkan sarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya agar tetap layak pakai supaya tidak kalah dengan produk baru apabila dijual sehingga mendapatkan harga yang lebih tinggi, hal itu menimbulkan persaingan yang ketat antar bengkel terutama antara dealer.

Di lansir dari kompas.com Pada periode January sampai juli tahun 2021 tercatat pabrikan Honda mampu menjual produknya hingga 2,8 juta unit, mengalami kenaikan 29,89 persen dari tahun sebelumnya, penjualan tersebut di dominasi hampir 90% motor matic, dengan penjualan sepeda motor yang tinggi tersebut menguntungkan usaha usaha bengkel motor yang menjadi tempat perawatan sepeda motor. Oleh sebab itu usaha bengkel non resmi harus mampu bersaing dan melakukan inovasi - inovasi baru mengingat persaingan yang semakin sulit tidak lupa juga memberikan pelayanan terbaik kepada customer atau

pelanggan sehingga customer tersebut merasa nyaman dan ingin kembali. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:2).

Kualitas adalah suatu kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari pemampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. kualitas yang bagus dan terpercaya akan tertanam dibenak pelanggan. Dari seluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan pada akhirnya bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatukan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan (Kotler,2009). Selain memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, perusahaan juga harus mampu mempengaruhi pelanggan untuk membeli produknya agar lebih kompetitif dipasar perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa atau jumlah nilai yang pelanggan tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler,2009).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan

yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:2). Perusahaan perlu memperbaiki kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas atas biaya yang sudah mereka keluarkan yang selama ini dirasa masih kurang sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha ingin bertahan hidup di persaingan yang ketat, maka harus memikirkan cara yang efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal tanpa konsumen merasa dibebani oleh harga pelayanan jasa tersebut (Fandy, 2016). Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas akan menciptakan persepsi yang baik dan dapat memuaskan konsumen sehingga menimbulkan kepercayaan. Apabila pelanggan tidak mendapat pelayanan yang diharapkan maka mereka cenderung tidak percaya dan tidak akan melakukan kunjungan ulang terhadap barbershop tersebut. Kepercayaan merupakan satu set yang berharga bagi sebuah perusahaan (Adinata and Yasa, 2018).

Adanya kepercayaan pada pengunjung maka minat kunjungan ulang akan meningkat. Mempertahankan kepercayaan pasien dapat diukur melalui dimensi integritas (*integrity*), reliabilitas (*reliability*), kontak pegawai (*contact personel*), dan lingkungan fisik (*physical enviroment*). Fenomena yang terjadi pada dimensi lingkungan fisik (*physical environtment*), dalam hal persediaan alat dan bahan masih kurang karena ada beberapa pelanggan yang ingin kembali meminta pelayanan namun tidak tersedia, dan masalah ini sering terjadi di akhir bulan.

Kepercayaan sebagai kesediaan menerima tindakan yang diberikan pihak lain berdasarkan harapan untuk mempercayainya.

Kepuasan pelanggan haruslah menjadi prioritas utama dari para pelaku usaha di bidang jasa, dimana apa yang diharapkan dari pelanggan tentang pelayanan yang diberikan penyedia jasa haruslah sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkan oleh pelanggan itu sendiri dalam hal ini harga. Penyedia jasa harus semaksimal mungkin dapat menekan gap antara harapan dan kenyataan agar pelanggan dapat merasa puas atas pelayanan yang diberikan penyedia jasa dan sesuai dengan biaya yang sudah dikeluarkan oleh pelanggan (Ari, 2012). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff, 2009:174).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:3). Bukti fisik merupakan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Penampilan fisik pelayanan, karyawan dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Kehandalan merupakan suatu kemampuan dalam

memenuhi janji (tepat waktu, konsisten kecepatan dalam pelayanan). Ketanggapan merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan bagi pelanggan, sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada pelanggan. Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan (Assegaff, 2009:173).

Bengkel motor adalah tempat usaha di bidang jasa di mana pelayanan paling diutamakan adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah tujuan utama pemilik bengkel. Banyaknya persaingan usaha di bidang yang sama membuat pemilik bengkel mempunyai strateginya sendiri untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tujuan di dirikan bengkel motor adalah untuk memenuhi kebutuhan pengguna ataupun penghobi sepeda motor, sepeda motor yang rutin di gunakan harus mendapat perawatan dari mekanik atau biasa di sebut service entah itu sekedar pengecekan, ganti oli ataupun service total, di bengkel juga menyediakan sparepart inti seperti kampas rem, bohlam lampu, ban, dan bearing tujuannya agar sparepart yang rusak bisa langsung di ganti dengan cepat tanpa harus beli di bengkel lain. Keuntungan mendirikan usaha bengkel motor adalah di zaman modern seperti saat ini hampir semua orang dewasa menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi pribadinya, dan biasanya di setiap rumah tidak hanya mempunyai satu sepeda motor saja tapi bisa 3 bahkan 4, dan saat ini sepeda motor juga bukan hanya di beli untuk tujuan transportasi tapi juga di jadikan sebagai hobi.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa bengkel Amien Jaya Motor, bengkel ini berlokasi di Desa Blega Kecamatan Blega Kabupaten

Bangkalan ini berdiri sejak tahun 1980 an yang didirikan oleh Bapak Syakirul Anam yang sampai sekarang menjadi pemilik bengkel yang mempunyai 3 pegawai. Yang menerima service, tune up, bore up dan lain-lain menerima segala jenis motor dan motor injeksi. Di Amien Jaya Motor, selain orang datang untuk service rutin dan ganti oli tapi juga banyak penghobi sepeda motor tua seperti Yamaha rx king, Suzuki, dan Honda CB atau GL yang datang untuk merawat kendaraan kesayangannya entah untuk membeli sparepart yang di rasa sudah waktunya di ganti atau sekedar berbagi pengalaman terkait perawatan dan teknis sepeda motor, kelengkapan persediaan spare part membuat mereka selalu datang ke bengkel. Tidak hanya itu saja bengkel Amien Jaya Motor juga menerima pelanggan yang kehilangan kunci motor ataupun duplikat kunci motor karena rata- orang sering sekali kehilangan kunci motor nya dan segala jenis motor bisa di kerjakan dengan handmade cukup menunggu 30 menit saja kunci motor yang hilang sudah di duplikat Kembali di bengkel Amien Jaya Motor juga menerima jasa perbaikan motor kecelakaan atau pun motor jatuh yang lebih di kenal dengan senter body. Tidak hanya itu saja bengkel Amien Jaya Motor juga menjual sparepart motor lawas dan bekas yang mungkin banyak di cari oleh para kolektor motor tua atau motor classic dan juga harga nya pun cukup terjangkau sehingga membuat bengkel jaya motor ini terkenal, Itulah kelebihan dari bengkel Amien Jaya Motor.

Bengkel Amien Jaya Motor mempunyai pelanggan tetap yang cukup banyak, dengan mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga kepuasan dan loyalitas tersebut bisa tercipta, mengingat saat ini banyak sekali bengkel resmi milik perusahaan motor itu sendiri. Karena bengkel Amien Jaya Motor itu sendiri lebih mengedepankan kenyamanan pelanggan kepuasaannya sehingga memiliki ciri khas tersendiri begitu pula dengan pemilik bengkel tersebut yang ramah menyambut pelanggan dan selalu mengepankan salam sapa dan

juga jenis barang atau sparepart pun tidak sembarangan hanya merk-merk tertentu yang dipilih oleh bengkel Amien Jaya Motor tidak hanya sekedar menjual barang tapi lebih ke kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggannya dan juga menyediakan camilan kecil gratis untuk para pelanggan bengkel. Akan tetapi sejak covid-19 harga barang atau spare part naik imbas nya kepada pelanggan yang mengeluhkan harga spare part tersebut otomatis bengkel khawatir jika mengalami penurunan jumlah pelanggan begitu pula dengan biaya service pasti mengalami kenaikan dari biasanya dan juga pada sektor pelayanan yang tadinya menyediakan camilan gratis untuk saat ini sementara tidak menyediakannya dan juga kinerja mekanik bengkel pun mengalami penurunan akibat dampak covid-19 ini yang tadi bisa bisa full untuk sementara ini di bagi.

Tabel 1.1 Data jumlah pelanggan bengkel amien jaya motor
Juli - Oktober 2021-2022

Bulan	Jumlah pelanggan
Juli	240
Agustus	210
September	185
Oktober	156

Sumber : Data peneliti

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang datang ke Bengkel Amien Jaya Motor mempunyai pola yang fluktuatif setiap bulannya. Kejadian menjadi suatu pekerjaan bagi Bengkel Amien Jaya Motor agar terus mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen sehingga jumlah pelanggan yang datang akan terus meningkat, sekaligus mempertahankan konsumennya. Akan tetapi semenjak pandemic covid-19 ini mengalami penurunan pelanggan semenjak pertengahan 2020 sampai saat

ini karena adanya PPKM juga jadi masyarakat tidak di perbolehkan melakukan kegiatan di luar ruangan sehingga daya beli masyarakat pun menurun juga jadi bengkel Amien Jaya Motor pun mengubah teknik atau strategi pemasaran nya yang sebelum nya dengan secara langsung melalui pelanggan yang datang ke bengkel, untuk saat ini bisa juga melalui media social dan juga melalui wa dan market place yang ada di bengkel Amien Jaya Motor sendiri melayani servis di rumah atau panggilan jika di perlukan. Dari latar belakang di atas tersebut, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AMIEN JAYA MOTOR ”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor ?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor ?
3. Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor ?
4. Apakah *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor ?
5. Apakah *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor ?
6. Apakah *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan bengkel Amien Jaya Motor ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Tangibles* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *Reliability* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *Responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *Assurance* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor
5. Untuk mengetahui pengaruh positif *Emphaty* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles, reliabilty, responsiveness, emphaty dan assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Amien Jaya Motor

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan Pengaruh Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Terhadap keputusan pembelian Bengkel Amien Jaya Motor

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bengkel Amien Jaya Motor

Bengkel Amien Jaya Motor diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan meningkatkan kepuasan kepada pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga pelanggan melakukan kunjungan ulang.

b. Peneliti

Peneliti berikutnya diharapkan mampu meneliti variabel lain tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan pembelian Bengkel Amien Jaya Motor