

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Seiring perkembangan bisnis dan ekonomi yang semakin pesat, maka tingkat persaingan antar perusahaan yang sejenis juga semakin tinggi. Persaingan bisnis seperti ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk selalu meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Sepeda motor banyak diminati oleh masyarakat, karena cara penggunaannya yang mudah dan memiliki banyak varian telah mampu menarik perhatian masyarakat. Berdasarkan data statistika dari AISI (Asosiasi Sepeda Motor Industri Indonesia) menunjukkan bahwa tahun 2013 dan 2014 penjualan sepeda motor di Indonesia telah mengalami peningkatan yaitu pada Januari-September 2013 diperoleh data sebanyak 5.790.096 unit sepeda motor terjual dan pada Januari-September 2014 sebanyak 6.046.344 unit. Maka, berdasarkan data statistika tersebut dapat diketahui bahwa jumlah kepemilikan dan penggunaan sepeda motor di Indonesia semakin meningkat. Hal ini juga berdampak pada kebutuhan perawatan sepeda motor yang semakin tinggi. Oleh karena itu para pelaku bisnis khususnya bisnis dealer sepeda motor harus memahami kebutuhan pengguna sepeda motor tersebut yaitu kebutuhan dalam mendapatkan layanan *service* yang berkualitas dan mampu memuaskan pelanggannya. Maka sebaiknya pihak dealer juga menyediakan layanan *service*

yang layak untuk pelanggannya dan memiliki keunggulan, supaya pelanggan tidak berpindah ke pesaing dan memenangkan keunggulan kompetitifnya.

Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis (Kotler dan Keller, 2009: 134). Loyalitas pelanggan adalah perilaku konsumen yang melakukan komitmen untuk membeli ulang pada produk atau jasa tertentu (Griffin, 2003: 20). Tugas perusahaan selain menarik konsumen untuk menjadi pelanggan baru, perusahaan juga harus mempertahankan pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa pada perusahaan tersebut. Ketika perusahaan mengeluarkan biaya pembinaan atau mempertahankan hubungan dengan pelanggan, biayanya jauh lebih murah daripada biaya untuk menarik konsumen baru (Yazid, 2001: 71). Hal ini menunjukkan bahwa mempertahankan loyalitas pelanggan jauh lebih efisien dari pada mencari konsumen baru. Semakin lama loyalitas pelanggan, maka semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari satu pelanggan ini (Griffin, 2003: 11). Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009: 140).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009: 139). Jika kinerja dianggap sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, namun jika kinerja tidak sesuai dengan harapan mereka maka konsumen akan merasa kecewa. Kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat dengan profitabilitas, dan kualitas produk serta jasa (Kotler dan Keller, 2009: 144). Kepuasan

pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004: 129). Banyak perusahaan melakukan penjualan bukan hanya dalam bentuk produk tetapi juga jasa sebagai pelengkap pelayanan pelanggan. Sebagian besar manajer menganggap bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan menghasilkan pembelian berulang dan peningkatan profitabilitas perusahaan (Griffin, 2003: 4). Jika konsumen merasakan puas, konsumen akan membeli produk itu kembali, selain itu konsumen yang puas juga cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merek kepada orang lain (Kotler dan Keller, 2009: 190). Pendapat tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu dari Aryani dan Rosinta (2010) yang menunjukkan hasil positif dan signifikan tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain dari Adixio dan Saleh (2013) juga menunjukkan adanya hubungan kepuasan pelanggan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan atau niat pembelian ulang. Salah satu faktor yang dapat memberikan rasa kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan, perusahaan sepeda motor dapat memberikan layanan *service* yang layak, berkualitas dan berbeda dari perusahaan pesaing yang sejenis.

Penelitian ini melihat fenomena yang ada di Dealer Timbul Jaya Motor Madiun. Dealer Timbul Jaya Motor Madiun adalah salah satu dealer dan bengkel resmi sepeda motor Yamaha yang terbesar dan terpercaya sejak tahun 1974 se-eks karisidenan Madiun-Kediri sentralnya berada di jalan Urip Sumoharjo nomor 287-289 Madiun. Dealer ini selain menjual beberapa jenis sepeda motor yaitu *sport*, bebek, dan *matic* dan mempunyai 4 cabang di Madiun, dealer ini juga dilengkapi

bengkel layanan *service* sepeda motor Yamaha. Berdasarkan slogan yang ada di Dealer Timbul Jaya Motor Madiun yaitu terpercaya, maka dealer ini selalu berupaya menjaga kepercayaan pelanggannya dengan memberikan produk dan layanan *service* yang berkualitas. Kualitas adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka (Goetsch dalam Yamit, 2002: 8). Menurut *supervisor* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun, hal yang mampu mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang adalah dengan memberikan layanan *service* yang berkualitas, supaya pelanggan tersebut terus berfikir positif tentang layanan *service* yang sudah diterimanya selama ini dan terus melakukan kunjungan serta merekomendasikan kepada orang lain atas pengalamannya. Layanan yang berkualitas memiliki 5 standar dimensi yaitu bentuk fisik, kehandalan, empati, daya tanggap dan jaminan (Berry, Parasuraman, dkk dalam Yamit, 2002: 11). Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan Dealer Timbul Jaya Motor Madiun kepada pelanggannya adalah dengan menyediakan bengkel yang bertujuan untuk melengkapi kebutuhan pelanggannya yaitu melakukan perawatan sepeda motor (*service*) dengan standar tertentu. Standar layanan *service* pada Dealer Timbul Jaya Motor Madiun adalah dealer ini ditangani oleh tenaga mekanik yang berpengalaman dan profesional serta sudah menggunakan alat-alat modern, memiliki ruang tunggu yang luas disertai fasilitas wifi dan televisi, karyawan Dealer Timbul Jaya Motor Madiun akan selalu mengingatkan kepada pelanggan saatnya *service* yaitu dengan via telepon, sms dan stiker, menyediakan

suku cadang yang asli dan menangani *service* dengan cepat serta memberikan garansi *service*.

Berdasarkan standar kualitas layanan *service* yang dilakukan di Dealer Timbul Jaya Motor Madiun, diharapkan mampu memuaskan para pelanggannya dan kemudian membuat pelanggan tersebut terus melakukan pembelian ulang atas layanan *service* yang disediakan oleh Dealer Timbul Jaya Motor Madiun. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Aryani dan Rosinta (2010) dan Lumenta,dkk (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan *service* juga diharapkan mampu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu dari Adixio dan Saleh (2013) yang menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi di Dealer Timbul Jaya Motor Madiun, penelitian ini penting dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan mengkaji kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dealer selama ini yaitu dengan melakukan pengujian dan analisis besarnya kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap dealer tersebut atas standar pelayanan yang telah dilakukannya. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dalam membentuk loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun sebagai variabel mediasi?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun.
4. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun sebagai variabel mediasi

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

a. Bagi Pihak Dealer Timbul Jaya Motor Madiun

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pimpinan Dealer Timbul Jaya Motor Madiun dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan *service*.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti perilaku konsumen mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan *service* Dealer Timbul Jaya Motor Madiun.

#### **E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi**

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut ini:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan skripsi.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan atau yang mendukung penelitian ini meliputi kualitas

layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, disamping itu juga berisi tentang pengembangan hipotesis penelitian, dan model penelitian.

### BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, lokasi dan waktu penelitian, data dan prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data deskripsi objek penelitian, hasil analisis perhitungan data, dan pembahasan tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam pendahuluan, berdasarkan teori yang diuraikan dalam bab 2.

### BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran yang merupakan pernyataan singkat yang diambil dari analisis dan pembahasan penelitian, pernyataan singkat mengenai implikasi managerial bagi perusahaan, memberikan pernyataan



keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini, dan mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi Perusahaan dan peneliti yang akan datang.