

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Bisnis motor Honda di Indonesia mampu memimpin penjualan di segment motor naked sport 150cc setiap bulan dengan total penjualan sebanyak 22. 639 unit, diikuti oleh Honda CBR series sebanyak 18. 700 unit, Honda CB150 Verza 14. 355 unit, Honda CRF150L 13. 423 unit, Honda Megapro 625 unit, dan Honda CRF250RALLY sebanyak 99 unit. Adapun bigbike sport Honda memberikan kontribusi penjualan sebanyak 143 unit.

Motor Honda pun tercatat menjadi primadona dengan penjualan sebesar 921. 913 unit. Penjualan terlaris ditorehkan Honda Beat series dengan penjualan 420.117 unit, diikuti oleh Honda Vario series 276. 918 unit, All New Honda Scoopy 198. 566 unit, All New Honda PCX 26. 284 unit. Sedangkan motor bebek Honda terjual sebanyak 77. 399 unit, dengan kontribusi terbesar disumbangkan oleh Honda Revo series yaitu 36. 112 unit, diikuti Honda Supra series 30. 140 unit, Honda Sonic 7. 461 unit dan Honda Blade 3. 686 unit.

Motor Honda di Indonesia sudah banyak konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda untuk di jadikan sebagai alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari dan menjadikan sepeda motor menjadi praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan, motor Honda juga di Indonesia bisa dikatakan sangat bagus dalam penjualan semua produknya, karena strategi yang di gunakan dealer Honda bisa membawa tertarik banyak konsumen untuk membeli sepeda motor dari produk Honda. Strategi pemasaran sepeda

motor Honda bisa dikatakan sangat bagus karena dalam satu bulan saja penjualan motor Honda bisa melejit jika dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Masyarakat tentu bisa menilai bagaimana sepeda motor tersebut dengan kualitas desain yang cantik dan teknologi mesin rakitan yang modern. Honda mampu memberikan loyalitas bagi pelanggan dengan menciptakan penemuan terbaru dan inovatif sehingga pelanggan semakin percaya dengan rancangan dari Honda. Strategi pemasaran sepeda motor Honda dengan memperbanyak jaringan ini mampu menargetkan penjualan yang fantastis setiap tahunnya. Strategi pemasaran sepeda motor menggunakan beberapa cara, yang dimana cara itu membuat produk sepeda motor Honda semakin solid di Indonesia diantaranya brand, promosi, hadiah, donatur beberapa acara. Dengan 4 aspek tersebut tidak heran Honda menjadi salah satu merk motor ternama dan berkualitas terbaik di Indonesia. Banyak orang yang masih memilih Honda dibanding merk motor ternama lainnya. Dengan motornya "*One Heart*" Honda selalu menjadi satu hati dengan masyarakat Indonesia.

Kota Sungai Penuh merupakan salah satu pusat penjualan motor merk Honda yang penjualannya sangat tinggi. Tingginya minat pembelian produk motor Honda di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci, sehingga cabang motor Honda sudah terbuka lagi satu toko besar yang bernama Chalfyn Motor Sungai Penuh. Chalfyn Motor Sungai Penuh tidak hanya sebagai tempat penjualan tetapi juga sebagai tempat servis dan ganti spark plug terbaik khusus produk motor Honda di Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci. Berbagai bengkel motor Honda yang menjamur di Kota Sungai Penuh dan sekitarnya, tetapi Chalfyn

Motor Sungai Penuh dijadikan sebagai pilihan bagi pelanggan untuk melakukan servis dan perawatan motor Honda yang memiliki tenaga ahli yang profesional, fasilitasnya mendukung, lengkap, serta nyaman bagi pelanggan untuk menunggu penyelesaian servis motor. Sebagaimana berbagai bengkel servis motor Honda di Kota Sungai Penuh menjadi pesaing bengkel Chlafyn Motor Sungai Penuh yang dapat disajikan pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Tempat Servis dan Perawatan Motor Sungai Penuh**

No.	Bengkel	Alamat
1.	Honda Mutiara Motor Kerinci	Jln. Depati Parbo
2.	Chalfyn Motor	Jln. Dr. Yos Sudarso
3.	Istana Motor	Jln. RE. Martadina
4.	Kenzi Motor	Jln. Peteran
5.	Pasifik Motor	Jln. Yos Sudarso
6.	Bintang Motor	Jln. Muradi
7.	Benhur Motor	Jln. Pondok Agung
8.	Abadi Motor	Jln. Simpang Tiga Rawang
9.	Osa Motor	Jln. Muradi
10.	Achel Motor	Jln. Lawang Agung

*Sumber: Kota Sungai Penuh 2022*

Dilihat dari tabel 1.1 bahwa ada 10 usaha servis dan perawatan motor Honda Kota Sungai Penuh di atas yang beroperasi dalam menangani masalah kerusakan pada kendaraan, seperti ganti oli, servis, lampu, onderdil, dan sebagainya. Banyaknya usaha servis dan perawatan motor Honda di atas, menunjukkan banyaknya permintaan dalam usaha servis motor. Untuk itu, usaha servis dan perawatan motor harus memenuhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk kembali menggunakan jasa servis dan perawatan motor honda milik pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan didapat dari hasil kerja yang optimal, pelanggan mendapatkan lebih

dari ekspektasi yang diinginkan, tujuan pelanggan sudah tercapai dengan baik dan sesuai harapan dari pelanggan. Salah satu usaha servis dan perawatan motor Honda yang tertera di atas yang kualitas pelayanan bagus dalam memberikan kepuasan pelanggan sebagaimana yang diharapkan mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan kembali untuk menggunakan layanan jasa servis dan perawatan motor Honda adalah Chalfyn Motor Sungai Penuh.

Chalfyn Motor Sungai Penuh merupakan salah satu tempat servis dan perawatan motor Honda di Kota Sungai Penuh. Layanan servis dan perawatan motor Honda yang sudah memiliki sertifikat dan juga tenaga ahli yang profesional, tamatan pendidikan yang relevan dengan bidang pekerjaan, dan menyediakan berbagai onderdil yang lengkap sesuai dengan kebutuhan motor Honda. Walaupun banyak jasa servis dan perawatan motor Honda yang bersebaran di Kota Sungai Penuh, tetapi loyalitas pelanggan cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dari jumlah pelanggan, tenaga karyawan, dan omzet yang didapatkan Chalfyn Motor Sungai Penuh perbulan yang dapat disajikan pada tabel berikut 1.2 berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Karyawan, dan Omzet Chalfyn Motor Sungai Penuh Tahun 2018-2022**

No.	Tahun	Jumlah Karyawan (Orang)	Omzet/Perbulan (Rp)
1	2018	1	36.000.000
2	2019	2	39.000.000
3	2020	2	18.000.000
4	2021	3	24.000.000
5	2022	3	38.000.000
<b>Rata-rata</b>		<b>2,2</b>	<b>31.000.000</b>

*Sumber: Menejer Chalfyn Motor Sungai Penuh*

Berdasarkan data di atas menjelaskan bahwa jumlah pelanggan setiap bulannya cukup tinggi. Hal ini juga didukung dengan jumlah karyawan yang cukup efektif dalam melayani pelanggan, sehingga memberikan omset yang cukup besar untuk Chalfyn Motor Sungai Penuh. Tingginya jumlah pelanggan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan cukup loyal dalam menggunakan pelayanan servis dan perawatan motor Honda. Pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari usaha Chalfyn Motor Sungai Penuh. Tetapi usaha servis dan perawatan motor Honda di Chalfyn Motor Sungai Penuh tidak memahami bahwa loyalitas pelanggan dibentuk melalui beberapa tahapan, dimulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan pembentukan pelanggan setia yang akan membawa keuntungan bagi usaha servis dan perawatan motor Honda. Tahapan-tahapan tersebut termasuk dalam sistem kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan sehingga pelanggan merasa senang sesuai dengan harapan. Apabila pelanggan menyukai pelayanan servis dan perawatan dan merasa puas, maka pelanggan semakin loyal menggunakan jasa servis dan perawatan motor Honda.

Menurut Kotler dan Keller (2016), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali atau lebih memilih jasa atau layanan di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku beralih. Loyalitas pelanggan servis dan perawatan motor merupakan suatu bentuk perilaku penggunaan jasa pelayanan pembelian berulang yang sebenarnya dari produk atau jasa, yang meliputi pembelian yang sama dari tempat yang sama, merekomendasikan tempat jasa kepada orang lain dan kemungkinan penggunaan

jasa dalam jangka panjang untuk pelayanan tersebut masih tetap terjaga kualitasnya.

Fenomena loyalitas pelanggan servis dan perawatan motor di Chalfyn Motor Sungai Penuh yang terjadi selama sudah sesuai harapan pelanggan. Kesetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa servis dan perawatan motor Honda tidak akan diragukan lagi kualitasnya, pelanggan merasakan sesuai dengan harapan yang diinginkan, dan alasan untuk kembali ke tempat yang sama pasti selalu ada. Namun, indikator minus loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh yang masih ditemukan adalah masih banyak juga pelanggan yang beralih ke tempat lain mencari kepuasan layanan jasa lain, tidak lagi kembali menggunakan jasa, yang kurang suka, masih suka melihat jasa dari tempat yang lain yang menawarkan pelayanan yang bagus, dan kurang yakin dengan hasil yang ditawarkan oleh jasa servis dan perawatan motor di Chalfyn Motor Sungai Penuh.

Menurut Kotler dan Keller (2016), bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Semakin bagus kualitas pelayanan dalam melakukan servis dan perawatan motor Honda di Chalfyn Motor dan semakin puas pelanggan terhadap hasil jasa yang didapatkan oleh pelanggan, maka tentu akan mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk kembali menggunakan jasa yang sama dalam melakukan servis dan perawatan motor Honda. Hal ini menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sebagaimana teori di atas didukung hasil penelitian dari Yuliana dan Purnama (2021), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan

kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PO. Titian Mas Cabang Bima.

Menurut Tjiptono (2014), mengungkapkan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha jasa servis dan perawatan motor Honda maka semakin kuat loyalitas pelanggan. Teori di atas didukung hasil penelitian dari Andalusi (2021), menjelaskan hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. BCA Finance Kantor Pusat Jakarta.

Fenomena kualitas pelayanan sudah bagus yang ditunjukkan dengan sikap dan perilaku yang andal dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap apa yang diinginkan pelanggan, memiliki pengetahuan, sikap dan kemampuan untuk bekerja melayani membuat pelanggan yakin dan percaya, empaty terhadap kesulitan yang dialami pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan terpenuhi apa yang dibutuhkan, dan fasilitas fisik, peralatan, seragam, dan materi komunikasi yang bagus. Kualitas pelanggan servis dan perawatan motor Chalfyn Motor Sungai Penuh yang dijelaskan di atas semua sudah berjalan dengan baik. Namun, minusnya ruang tunggu yang nyaman tetapi karyawan sering tidak memberikan pelayanan terbaik karena pelanggan ramai, kehandalan karyawan menurun jika pekerjaannya banyak, kurang tanggap karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan karena terlalu banyak pelanggan. Karyawan masih kurang memberikan jaminan

kepada pelanggan jika dikerjakan terburu-buru, dan karyawannya tidak dapat menunjukkan rasa empaty kepada pelanggan apabila sedang bekerja dalam keadaan tergesa-gesa sehingga hasil kerja kurang sempurna.

Menurut Suryati (2015), bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk atau jasa yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya apabila pelanggan merasakan puas atas jasa yang diberikan perusahaan maka loyalitas pelanggan meningkat. Sebaliknya apabila pelanggan tidak merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh maka loyalitas pelanggan akan menurun. Jadi kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Teori di atas didukung hasil penelitian dari Sudarwanto (2021), menjelaskan hasil penelitiannya bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Diskusi Kopi Kafe Gresik.

Fenomena kepuasan pelanggan yang masih kurang puas yaitu masalah perasan kurang puas pelanggan terhadap jasa pelayanan servis dan perawatan motor Honda pada saat pelanggan ramai hasilnya kurang maksimal. Apabila pelanggan merasa kurang puas mungkin di lain waktu tidak akan kembali menggunakan jasa servis dan perawatan lagi dan berpindah ke tempat yang lain, kalau pelanggan sudah kurang merasa puas tentu tidak akan merekomendasikan kepada pelanggan lainnya, dan tentunya harapan pelanggan kurang terpenuhi

apabila pelanggan sudah merasa kurang puas. Fenomena kurang puas pelanggan pada saat ramai bisa menunggu berlama-lama sehingga menimbulkan perasaan jenuh, bosan, dan mengantuk. Walaupun ruang tunggu nya nyaman tetapi kalau menunggu lama, tentunya pelanggan juga merasa kurang puas terhadap harapan yang didapatkan dalam melakukan servis motor. Setiap pelanggan tentu memiliki tingkat kepuasan berbeda-beda, tetapi biasanya kurang puas yang dimaksud dalam fenomena ini berkaitan dengan lamanya antri akibat banyaknya pelanggan yang datang untuk mendapatkan pelayanan servis dan perawatan.

Berdasarkan fenomena di atas bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga oleh usaha servis dan perawatan demi meningkatkan loyalitas pelanggan. Karena kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sebagaimana hasil penelitian dari Nuraeni, Eldine, dan Muniroh (2019), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas *Hypermart Bellanova Country Mall*.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Chalfyn Motor Sungai Penuh dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Chalfyn Motor"**.

## **1.2.Rumusan dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?

2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Chalfyn Motor Sungai Penuh secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- a. Sebagai bahan masukan bagi perkembangan usaha servis dan perawatan di bengkel Chalfyn Motor Sungai Penuh, khususnya dalam pelaksanaan usaha-usaha meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan untuk kembali melakukan servis dan perawatan motor.

- b. Bagi pihak-pihak lain, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman dan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran serta untuk mengaplikasikan teori yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam dunia usaha sesungguhnya.

