

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dimasa sekarang ini perekonomian yang ada di Indonesia mengalami persaingan yang terbilang sangat ketat. . Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang cukup pesat ini, membawa dampak terhadap munculnya peluang – peluang diberbagai bidang. Bagi kalangan bisnis maupun pihak – pihak lain yang merasa berkepentingan mereka selalu dituntut bergerak cepat untuk memanfaatkan peluang-peluang tersebut, baik yang telah ada maupun yang telah muncul. Selain itu keadaan ekonomi saat ini semakin berkembang, hal ini ditandai dengan adanya era globalisasi serta tersedianya arus informasi yang cepat dan kemajuan teknologi yang pesat. Arus informasi yang cepat dan kemajuan teknologi ini mendorong pula perkembangan sektor perekonomian yang ada di Indonesia khususnya sektor perusahaan jasa atau industri jasa. Industri jasa saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam bidang perekonomian yaitu sebagai pemenuh berbagai keinginan, kebutuhan, dan harapan manusia yang semakin meningkat dan tidak pernah ada habisnya.

Perkembangan perusahaan jasa tersebut menyebabkan adanya peluang bisnis yang mengakibatkan ada banyak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama dan mempunyai pangsa pasar yang sama. Hal ini mengakibatkan perusahaan mengalami hambatan dalam memasarkan layanannya. Dalam usaha untuk menyelesaikan hal itu maka suatu perusahaan harus menitikberatkan

pada bidang pemasaran karena kegiatan pemasaran sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Pada umumnya perusahaan jasa akan berkembang jika mendapat kepercayaan dari pengguna produk/jasa yang dihasilkan perusahaan jasa tersebut. Pengguna jasa (pelanggan) merupakan asset yang paling berharga yang harus dipelihara dan dijaga agar pelanggan puas. Pelanggan yang puas kemudian akan memakai jasa yang ditawarkan secara terus menerus, inilah yang disebut dengan loyalitas. Loyalitas dihasilkan karena pengguna jasa merasa puas dengan jasa yang diberikan kepada mereka. Loyalitas pelanggan merupakan kunci dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis agar kehidupan perusahaan terjamin.

Menurut Phillip Kotler industri jasa itu sangat bervariasi, salah satu bidang usaha jasa yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bidang industri perbengkelan motor di kota Bandung. Dikarenakan bidang usaha perbengkelan motor pada saat ini mengalami perkembangan yang cukup baik dan pesat. Hal itu dapat ditunjukkan dengan banyaknya bengkel motor di Kota Bandung sebagai berikut :

- Korek Mesin / Performance (Kode M)
- AHRS
- Bintang Niaga Jaya / Trimentari Niaga (CDI Cibinong)
- CHIP's Motor (juga jual CBU Thai)
- CAESAR (Bandung)
- Dunia Motor
- Kodoy Service

- Bengkel Laksa
- Bengkel Press Jaya Bintang Bersama
- PROKOSS Motorsport
- Sagis Motor
- Sulthan Motor
- Wijaya Motor
- Bengkel Yudha Yudadi
- Custom bike
- CAESAR (Bandung)
- CUSTOM WORLD
- JATAYU/Budi
- LAKSA Motor / Aming Aliwarga
- Makmur Motorsport
- Accessories & Riding Gear
- AHRS
- ASTORIA
- Bikers Centre (CBU Moge) (Page 2)
- CHIP's Motor
- HARAPAN Motor/ Ci Neng
- HOTPIPES
- Makmur Motorsport
- SERIBU DOLOK
- Shop N Ride

- SONGGENG SPEED

Berdasarkan data diatas (WWW.Google.com) kita dapat melihat bahwa ada begitu banyak bengkel motor di kota Bandung ini dan setiap dari mereka pasti memiliki strategi masing- masing untuk memikat konsumen (pengguna jasa) bengkel ini. Keadaan ini menunjukkan tingginya tingkat persaingan diantara bengkel- bengkel motor yang ada di kota Bandung karena tidak mudah untuk membuat konsumen/ pengguna jasa merasa puas dengan jasa yang kita tawarkan.

Dengan adanya tuntutan tersebut, maka perusahaan harus dapat memberikan jasa yang lebih baik lagi. Salah satu hal yang harus dilakukan oleh Bengkel AZTECH disini adalah berusaha untuk memenuhi/ melebihi harapan konsumen/ pengguna jasa akan jasa yang dihasilkan. Kebanyakan bengkel lain hanya menjalankan apa yang disebut dengan pemasaran dasar. Dimana mereka hanya menjual jasa/ produk dengan begitu saja tanpa ada tindakan lebih lanjut. Sedangkan Bengkel AZTECH ini menjalankan pemasaran kemitraan, yaitu suatu keadaan dimana Bengkel AZTECH tidak hanya menjual jasa/ produknya saja tetapi juga bekerja sama dengan pelanggan untuk menemukan cara- cara penghematan bagi pengguna jasa atau membantu pengguna jasa untuk memperbaiki kinerjanya. Selain itu Bengkel AZTECH juga berusaha untuk membentuk ikatan pengguna jasa/ produk yang kuat seperti menambah manfaat sosial (Membangun relasi pada masing- masing pengguna jasa secara lebih pribadi) dan menambah manfaat keuangan (Program yang dirancang khusus untuk memberikan imbalan bagi pengguna jasa/ produk yang sering membeli/ menggunakan jasa dalam jumlah yang besar)

Pelaksanaan kualitas layanan pada bengkel AZTECH ini sangat berpengaruh kepada pelanggan. Jika seorang pelanggan merasa puas terhadap jasa atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan itu, maka pelanggan ini akan terus menggunakan jasa tersebut dalam jangka panjang, penggunaan dalam jangka panjang ini akan menghasilkan kepuasan dan kepuasan yang dirasakan konsumen akan menimbulkan apa yang disebut dengan loyalitas.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul: ”Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Bengkel AZTECH Bandung”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Perusahaan harus mampu memenuhi harapan serta keinginan konsumen dengan memberikan kinerja terbaik juga untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat. Ruang lingkup permasalahan dalam bidang perbengkelan ini adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas layanan yang diberikan di bengkel AZTECH Bandung ?
2. Bagaimana loyalitas yang dirasakan oleh konsumen di bengkel AZTECH Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas Layanan terhadap terhadap loyalitas konsumen di bengkel AZTECH Bandung?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh, mengumpulkan, mengolah, menganalisis serta menginterpretasikan data yang telah diperoleh yang akan digunakan untuk menyusun skripsi, sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang keserjanaan lengkap di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh gambaran pelaksanaan kualitas layanan yang diberikan oleh bengkel AZTECH Bandung.
2. Untuk mengetahui loyalitas yang dirasakan konsumen pada bengkel AZTECH Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di bengkel AZTECH Bandung.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan baru dan menambah pengetahuan juga sebagai perbandingan teori-teori yang didapat dan dipelajari dengan yang terjadi pada kehidupan nyata.
2. Bagi perusahaan :
  - Memberikan masukan dan saran untuk memberikan jawaban dari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan (bengkel) khususnya yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen.

- Dengan mengetahui kualitas layanan jasa yang dirasakan konsumen dapat dijadikan pertimbangan dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada. Sehingga diharapkan kualitas layanan dapat ditingkatkan untuk kepuasan konsumen yang pada akhirnya agar menciptakan loyalitas yang akan lebih menjamin kelangsungan hidup usaha bengkel AZTECH.
  - Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan kualitas layanan perusahaan (bengkel) dimasa mendatang sehingga kepuasan konsumen/ pengguna jasa dapat ditingkatkan dan kemudian akan tercipta loyalitas pelanggan.
3. Bagi pihak lain maupun rekan-rekan mahasiswa, dapat digunakan sebagai bahan masukan dan memberikan pengetahuan tambahan serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau dasar penelitian dalam membahas masalah yang sama.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penulis mengadakan penelitian untuk skripsi di sebuah bengkel motor yang bernama AZTECH yang berlokasi di Jalan Leuwi Panjang No. 105 Bandung sedangkan waktu penelitian dilakukan antara bulan September sampai dengan Desember 2007. Kegiatan yang dilakukan meliputi studi pustaka, survey serta pengolahan data.