

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu kebutuhan masyarakat untuk membantu mobilitas mereka agar sampai di suatu tempat. Transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu kendaraan sepeda motor. Dengan banyaknya kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor di Indonesia membuat persaingan yang sangat ketat.

Setiap kendaraan pasti membutuhkan perawatan berkala untuk menjaga performa, keamanan, dan kenyamanan maksimal. Ketika terjadi kerusakan pada saat digunakan (mogok) banyak pengguna motor yang tidak bisa memperbaikinya karena pengetahuan tentang kendaraan yang minim. Hal ini menjadi suatu peluang usaha yang dapat dimanfaatkan untuk membuka jasa layanan *service* motor.

Adanya peluang usaha dalam jasa layanan *service* sepeda motor membuat banyak pengusaha yang tertarik membuka usaha tersebut. Contohnya di daerah kecamatan Perak-Jombang, banyak sekali *outlet* bengkel yang dibuka di beberapa titik, baik bengkel yang tidak resmi maupun bengkel yang resmi. Di setiap bengkel pasti memiliki fasilitas dan peralatan yang berbeda. Adanya persaingan antar pengusaha bengkel yang semakin ketat juga mendorong perusahaan kendaraan motor untuk mendirikan jasa layanan *service* motor.

Peningkatan kualitas layanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dengan kinerja atau hasil suatu produk dan jasa terhadap harapan-harapannya atau dengan kata lain, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan merasa puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.¹ Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan pelanggan atas produk yang dihasilkan atau layanan yang diberikan.

¹Mangasa A Sipatuhar, *Customer Focus* (Bandung: Alfabeta, 2002), 15.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2018

Merek	Unit	Prosentase
Honda	4.759.202	74,6%
Yamaha	1.456.088	22,8%
Suzuki	89.508	1,4%
Kawasaki	78.982	1,2%
TVS	331	
Total	6.384.111	100%

Sumber: Data diolah peneliti.

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut sepeda motor Honda berhasil menguasai pasar Indonesia. Honda berada di urutan paling atas dalam hal penjualan sepeda motor. Permintaan akan jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor juga semakin meningkat seiring dengan perkembangan penjualan sepeda motor Honda di Indonesia. Banyaknya bisnis gojek, gofood dan bisnis-bisnis sejenisnya yang banyak menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi utamanya menyebabkan semakin banyaknya populasi sepeda motor dan juga semakin dibutuhkannya perawatan yang rutin bagi sepeda motor agar selalu tampil prima dan kinerja pelayanan mereka kepada para pelanggannya.

PT Astra Honda Motor atau bisa disebut AHM. PT Astra Honda Motor merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia dengan brand merek produk Honda. Selain merakit motor perusahaan PT Astra Honda Motor telah mengembangkan badan usahanya, yaitu didukung dengan adanya showroom penjualan, layanan service atau bengkel motor dengan nama AHASS (*Astra Honda Motor Authorized Service Station*) serta gerai suku cadang.

AHASS (*Astra Honda Motor Authorized Service Station*) merupakan bengkel resmi Honda di Indonesia. Sebagai salah satu badan usaha yang bergerak di bidang jasa bengkel motor keberadaannya sangat dibutuhkan oleh pengguna motor Honda untuk melakukan perawatan atau perbaikan kendaraannya. AHASS berusaha memberikan pelayanan yang baik bagi para konsumen, agar konsumen yang pernah menggunakan jasanya merasa puas dan datang kembali untuk menggunakan jasa perusahaan ini.

AHASS Anton Motor Perak-Jombang merupakan salah satu bengkel resmi untuk sepeda motor merek Honda. Dimana AHASS Anton Motor menyediakan jasa pelayanan servis resmi dan pembelian ataupun penggantian suku cadang asli Honda. AHASS Anton Motor ini mempunyai lokasi yang strategis, yaitu terletak ditepi Jl. Raya Perak-Jombang yang berdekatan dengan indomaret dan bank BRI sehingga memudahkan pengunjung untuk menemukan tempat ini.

AHASS Anton Motor berusaha memberikan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga. Setiap pelanggan yang membeli produk atau jasa pasti ingin mendapatkan kepuasan yang maksimal dari produk atau jasa yang telah mereka beli. AHASS Anton Motor juga mengutamakan kualitas pelayanan dalam memberikan *service* sepeda motor kepada pelanggan. Adapun jasa yang ditawarkan AHASS Anton Motor dan AHASS lainnya yaitu :

Tabel 1.2
Jasa Pelayanan Servis AHASS

Anton Motor	Arival Motor	Brawijaya Motor
Perawatan dan perbaikan	Perawatan dan perbaikan	Perawatan dan perbaikan
Perbaikan kategori berat	Perbaikan kategori berat	Perbaikan kategori berat
Perawatan berkala kepada sepeda motor baru	Perawatan berkala kepada sepeda motor baru	Perawatan berkala kepada sepeda motor baru
Suku cadang asli honda	Suku cadang asli honda	Suku cadang asli honda
Pit express	pit express	pit express
Booking service		
Service Visit		

Sumber: Data diolah peneliti.

Dari tabel 1.2 tersebut dapat diketahui bahwa AHASS Anton Motor memiliki keunggulan dalam jasa pelayanan servisnya dimana diahass lain belum menyediakan jasa layanan booking servis dan layanan antar jemput.

Layanan service visit merupakan layanan khusus untuk konsumen AHASS yang bertujuan untuk menghemat waktu dalam melakukan servis motor. Layanan tersebut berlaku mulai hari senin hingga kamis dimulai jam 9 pagi sampai jam 3 sore. Booking servis dan pit express merupakan jasa pelayanan yang akan memudahkan pelanggan AHASS Anton Motor dalam melakukan servis sepeda motor tanpa harus antri lama.

Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh AHASS Anton Motor yaitu *reminder service call/sms* merupakan bentuk pemberitahuan

kepada konsumen jika telah memasuki waktu *service* berkala dan juga informasi saat AHASS ramai antri menyarankan konsumen yang tidak mau antri untuk melakukan *booking service*. Bentuk pelayanan yang lainnya seperti adanya fasilitas seperti ruang tunggu pelanggan yang memadai agar pelanggan merasa nyaman, tersedianya toilet, mushola, dan tempat untuk charger hp yang aman serta tempat helm yang rapi. Adanya televisi, koran, majalah dan wifi gratis yang dapat digunakan pelanggan pada saat menunggu kendaraannya selesai di *service*, juga menyediakan air mineral cup dan permen secara gratis untuk pelanggan, dan pelanggan juga dibekali tata cara perawatan motor yang baik dan benar.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, AHASS Anton Motor harus bisa memberikan kepuasan atas pelayanannya. Kepada pelanggan yang puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh AHASS cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus menggunakan jasa AHASS tersebut. Sedangkan konsumen yang kurang puas atau tidak puas memiliki kecenderungan untuk beralih kepada perusahaan sejenis yang lain yang mampu menawarkan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, AHASS diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan. Hal itu diwujudkan penyaranan kepada pelanggan dalam penggantian suku cadang sepeda motor ketika suku cadang tersebut mengalami kerusakan sedikit karena AHASS ingin memberikan rasa aman ketika pelanggan menggunakan sepeda motornya setelah melakukan *service*.

Tabel 1.3
Jumlah Total Konsumen Yang Melakakukan Service di AHASS Anton
Motor Perak-Jombang, Bulan Januari-Desember 2018

Bulan	Jumlah Konsumen Service	Job return	Job return (%)
Januari	792	10	1.26%
Februari	722	16	2.21%
Maret	863	5	0.58%
April	793	11	1.39%
Mei	880	25	2.84%
Juni	731	17	2.32%
Juli	885	8	0.90%
Agustus	742	22	2.96%
September	888	9	1.01%
Oktober	861	21	2.44%
November	747	27	3.61%
Desember	712	19	2.67%

Sumber: AHASS Anton Motor Perak-Jombang.

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut, dapat dilihat beberapa masalah yang terjadi pada AHASS Anton Motor Perak-Jombang ini adalah terjadinya ketidakselarasan antara masing-masing *jobdescription*. Hampir setiap hari terdapat *job return* atau pengembalian pekerjaan karena *service* yang diinginkan pelanggan tidak sesuai dengan harapan.

Berdasarkan dari data diatas banyaknya *job return* yang muncul menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang tidak puas akan pelayanan yang telah diberikan oleh AHASS Anton Motor Perak-Jombang karena belum sesuai dengan harapan para pelanggan.

Menurut Lupiyoadi ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk,

kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya.²Berdasarkan observasi para pelanggan yang menggunakan jasa bengkel AHASS Anton Motor Perak-Jombang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 1.4
Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

No	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	Penilaian Responden	Prosentase
1	Kualitas Produk	8	27%
2	Kualitas Pelayanan	11	37%
3	Emosional	3	10%
4	Harga	6	20%
5	Biaya atau Kemudahan	2	6%
Total		30	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti.

Dari tabel 1.4tersebut setelah peneliti mensurvei 30 pelanggan yang menggunakan jasa bengkel AHASS Anton Motor Perak-Jombang bahwa dapat diambil kesimpulan faktor yang paling tinggi mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Tabel 1.5
Tingkat Kepuasan Pelanggan

No.	Kepuasan Pelanggan	Penilaian Responden	Prosentase
1	Puas	27	90%
2	Tidak Puas	3	10%
Total		30	100%

Sumber: Data diolah peneliti.

² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*(Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158.

Dari tabel 1.5 tersebut dapat dilihat besarnya kepuasan pelanggan yaitu sebesar 90%, dan 10% menyatakan tidak puas terhadap pelayanan yang diterima.

Seiring persaingan jasa layanan servis yang semakin ketat, mengharuskan setiap penyedia jasa layanan servis untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik. AHASS Anton Motor sebagai bengkel resmi merek Honda yang mempunyai prioritas pada pelayanan yang memuaskan. Tujuan utama jasa pelayanan dibidang transportasi dalam memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan para pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam rangka mewujudkan kepuasan pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada AHASS Anton Motor Perak-Jombang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan AHASS Anton Motor ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor ?
3. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan AHASS Anton Motor.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_a : Diduga adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor.
2. H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi syariah, memperluas wawasan,

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 93.

pengalaman dan meningkatkan kemampuan berfikir kritis khususnya ilmu pemasaran.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai bahan pertimbangan bagi akademik dalam mengembangkan ekonomi syariah mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan jasa.

3. Bagi AHASS Anton Motor

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi praktek lapangan perusahaan khususnya tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dapat dijadikan dasar menentukan strategi pemasaran selanjutnya.

F. Telaah Pustaka

Berbagai penelitian maupun karya tulis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan cukup banyak dilakukan. Adapun beberapa penelitian yang berhasil penyusun temukan adalah:

1. Penelitian Ida Nurjanah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang)”. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel pelayanan karyawan (X) dan variabel kepuasan nasabah (Y) berdistribusi normal, dilihat dari plot yang titik-titiknya mengikuti garis sumbu. Dari analisis *Korelasi Pearson Product Moment* mengemukakan bahwa nilai r sebesar 0.618, artinya hubungan antara variabel pelayanan karyawan

(X) dan nilai variabel kepuasan nasabah (Y) adalah searah. Sedangkan dari analisis menggunakan rumus *Regresi* menghasilkan model persamaan $Y = 11.759 + 0.754x$, memberi arti bahwa jika perusahaan tidak melakukan strategi pelayanan karyawan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 11.759 dan jika variabel pelayanan satu-satuan maka kepuasan nasabah naik sebesar 0.754x. Kesimpulannya penelitian ini menerima H_a . Artinya terdapat pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

Penelitian diatas mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dalam menentukan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta sama-sama menggunakan variabel sederhana yaitu variabel pelayanan (X) dan variabel kepuasan (Y) yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan perbedaannya adalah tempat dan waktu untuk penelitiannya berbeda.

2. Penelitian Indah Latifatul Aini Mustafifin “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Sariroti (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Badrul Falah Ploso Kediri)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Kepuasan Konsumen (X) terhadap produk Sariroti pada santri pondok pesantren Badrul Falah Ploso Kediri tergolong kurang baik, yaitu 51,32%. Hal tersebut diakibatkan karena *self esteem* yang rendah dan produk yang disajikan pada kantin kurang variatif. 2). Loyalitas merek (Y) Sariroti pada pondok pesantren Badrul

Falah Ploso Kediri tergolong kurang baik, yaitu terletak nilai 40,26%.

3). Kepuasan konsumen (X) mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel loyalitas merek (Y) Sariroti pada pondok santri pesantren Badrlu Falah. Hal ini dibuktikan dengan R square sebesar 840 yang berarti kepuasan konsumen (X) mempunyai pengaruh 84% terhadap loyalitas merek (Y). sedangkan sisanya ($100\% - 84\% = 16\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. Perhitungan persamaan regresi sederhana adalah $Y = 22,673 + 1,226X$.

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif regresi linies sederhana. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini variabel X kepuasan pelanggan dan variabel Y adalah loyalitas sedangkan yang akan peneliti tulis variabel X adalah kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan pelanggan. Serta perbedaan yang lainnya adalah tempat dan waktu untuk penelitiannya berbeda.

3. Penelitian Febri Triya Susanto dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jatim,Tbk Cabang Tulungagung". Teknik analisis yang digunakan adalah teknik kuantitatif, uji validitas dan reabilitas, regesi linier berganda, uji hipotesis: uji t dan uji f. Pengambilan sampel dengan accidental sampling, sampel di pilih secara subjektif dan dianggap memenuhi informasi yang dapat menunjang penelitian. Sampel penelitian adalah

nasabah bank jatim cabang tulungagung. Data diperoleh melalui angket, observasi dan wawancara. Dari hasil uji t dan uji f menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas pendukung baik secara terpisah dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diketahui dari hasil nilai $r = 0,952$ atau 95,2% yang berarti besarnya korelasi mendekati 100%.

Penelitian diatas mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dan variabel terikatnya adalah kepuasan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan regresi liner berganda dengan dua (2) variabel bebas dan satu (1) variabel terikat. Sedangkan yang penulis teliti menggunakan variabel sederhana yaitu variabel pelayanan (X) dan variabel kepuasan (Y) yang digunakan dalam penelitian. Serta perbedaan yang lainnya adalah tempat dan waktu untuk penelitiannya berbeda.