

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era masa kini, perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Perkembangan zaman yang cepat ini membuat manusia ingin lebih diperhatikan. Terlebih dalam hal pemenuhan kebutuhan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan lain. Begitu juga persaingan bisnis di bidang otomotif, khususnya sepeda motor. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan.¹

Kebutuhan manusia akan mobilitas dari suatu tempat ke tempat lain semakin meningkat. Sehingga alat transportasi menjadi kebutuhan mendasar bagi manusia. Melihat kondisi lalu lintas yang semakin ramai dan kondisi jalan yang semakin padat, serta kondisi fasilitas angkutan umum yang kurang memadai. Hal ini membawa dampak pada pola pikir baru yang dialami setiap orang agar bias melakukan aktivitas secara cepat

¹ Edy Mulyanto, "*Kecerdasan Buatan*", (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2011) hal 25

serta efisien maka kendaraan motor adalah pilihan yang tepat. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik. Kondisi jalan yang buruk, berpengaruh pada kondisi kendaraan. Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik, maka diperlukan perawatan dan servis berkala. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa bengkel motor.

Keberadaan bengkel tidak dapat dipisahkan dengan kendaraannya, dimana pelayanan jasa bengkel pada bengkel resmi suatu dealer motor akan menjadi suatu jaminan terhadap suatu merek motor tertentu agar tetap diminati oleh konsumen sehingga setiap bengkel di dealer motor dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik dari bengkelnya. Jasa layanan pada bengkel motor antara lain: servis, ganti oli, penggantian suku cadang. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus mempelajari terlebih dahulu perilaku konsumen agar dapat mengetahui apa keinginan dan kebutuhan dari konsumen tersebut. Mangkunegara menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.²

²Herry Widagdo, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang", Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 1 No. 1 September 2011, hal.3

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Keputusan pemakaian jasa adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen sehubungan dengan kebutuhannya. Perasaan puas atau tidak puas konsumen setelah melakukan pemakaian jasa akan berpengaruh terhadap pembelian ulang dan loyalitas dari pelanggan. Keputusan yang dilakukan konsumen dalam pemakaian jasa dipengaruhi oleh hasil pengetahuan yang didapat dan berbagai faktor, sehingga keputusan pemakaian jasa merupakan hal yang kompleks karena meliputi berbagai aspek. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian .³

Oleh karena itu, memberikan pelayanan yang berkualitas untuk konsumen menjadi perhatian yang sangat penting bagi perusahaan. Menurut Wyckof , kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing . Kinerja bisnis yang dinilai dalam mutu pelayanan oleh pelanggan, mengungkapkan

³ Amirullah, *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2009), hal.65

bahwa bisnis dengan pelayanan bermutu tinggi berhasil menetapkan harga lebih tinggi, bertumbuh lebih cepat, dan menghasilkan laba lebih besar.⁴

Salah satu cara dalam mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa bengkel yaitu dengan cara *word of mouth*. Dalam kegiatan pemasaran *word of mouth* merupakan aktivitas yang dapat menghasilkan publisitas dan informasi mengenai produk dan jasa dari suatu perusahaan. Konsumen melakukan kegiatan *word of mouth* untuk berbagi ide, opini, dan informasi kepada orang lain tentang produk dan jasa yang mereka beli atau gunakan. Melalui kegiatan seperti inilah konsumen dapat mengetahui kualitas dari suatu produk atau jasa di bengkel. Menurut Ali Hasan *word of mouth* dapat menjadi sumber informasi yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian. *Word of mouth* dipercaya lebih efektif mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa bengkel. Faktor lokasi juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen sering kali memilih lokasi bengkel yang strategis dan mudah dijangkau.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis yang mudah dilihat dari jalan raya, aman dan nyaman bagi pelanggan, serta adanya fasilitas yang mendukung seperti ruang tunggu. Konsumen bisa menunggu dengan nyaman di ruang tunggu selama motor sedang diservis. Berikut adalah data berupa tabel jumlah konsumen yang melakukan servis di Honda Motor Bendilwungu :

⁴ ibid,...hal 87

Tabel 1.1

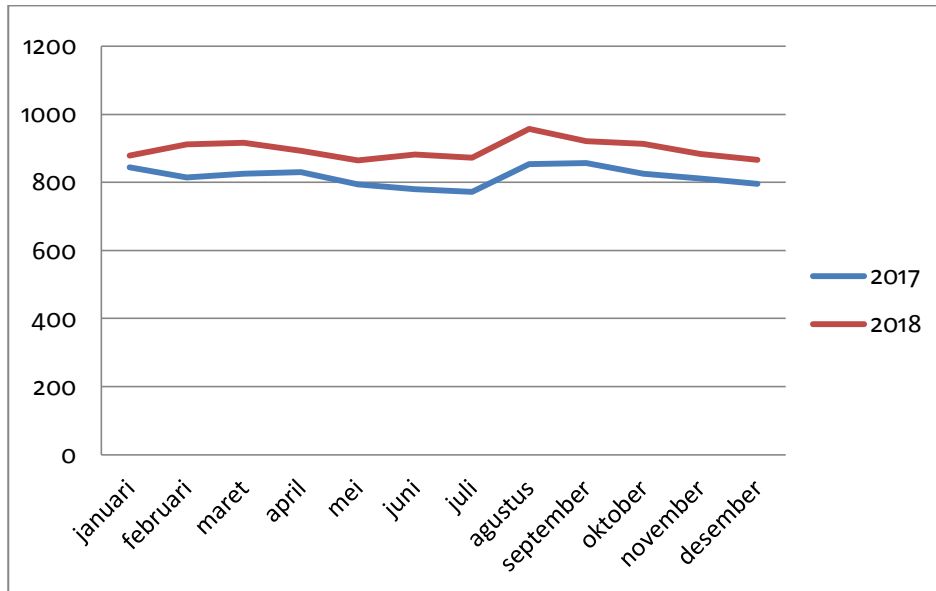
Data Konsumen Honda Montor Bendilwungu

Bulan	Tahun 2017	Tahun 2018
Januari	844	879
Februari	815	912
Maret	825	917
April	830	893
Mei	794	865
Juni	780	882
Juli	772	873
Agustus	854	958
September	857	921
Oktober	825	913
November	811	884
Desember	796	866

Sumber : Diolah oleh peneliti , 2019

Table 1.2

Grafik Konsumen Honda Motor Bendilwungu



Berdasarkan tabel data 1.2 konsumen diatas yang melakukan servis motor mengalami ketidakstabilan setiap bulan. Pada bulan Agustus mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dikarenakan pada bulan tersebut bengkel ramai dikunjungi karena bulan Agustus banyak konsumen melakukan servis motor untuk persiapan sebelum melakukan perjalanan jauh (mudik) di hari raya. Biasanya konsumen juga melakukan servis setelah melakukan perjalanan jauh seperti habis lebaran dan hari libur besar lainnya. Sedangkan pada bulan September hingga Desember bengkel mengalami penurunan jumlah konsumen berturut-turut. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian, maka skripsi ini mengambil

judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Honda Motor Bendilwungu”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Masih terdapat keluhan pelanggan terhadap pelayanan dalam keandalan petugas dalam memberikan informasi, prosedur pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pada Honda Motor Bendilwungu..
2. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu .
3. Lokasi Honda Motor Bendilwungu yang tidak strategis mempengaruhi keputusan pembelian

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, masalah yang menjadi dasar penelitian ini yaitu terdapat penurunan jumlah pelanggan Honda Motor Bendilwungu. Hal ini sebagai akibat munculnya kompetitor yang kini mulai menjamur di kota Tulungagung dengan berbagai keunggulan beserta harga yang beragam. Maka permasalahan yang dapat dirumuskan dari uraian diatas adalah :

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu ?
2. Apakah variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap variable keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu ?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu ?
4. Apakah variable kualitas pelayanan , *word of mouth*, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu ?

D. Tujuan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu .
2. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu.
3. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa pada Honda Motor Bendilwungu.
4. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa Honda Motor Bendilwungu

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan wawasan dan memberi sumbangsih pemikiran dan masukan pada kajian bidang ilmu pengetahuan khususnya dalam hal, pengaruhnya pelayanan, *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa dalam perusahaan bengkel.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi penulis

- 1) Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan.
- 2) Penulis dapat menambah pengetahuan tentang masalah-masalah yang dihadapi perusahaan oleh suatu perusahaan tersebut.
- 3) Sebagai bahan referesi dalam penelitian selanjutnya dengan tema yang sama tetapi variabelnya yang berbeda.

b. Bagi pemilik bengkel

- 1) Memberikan ide-ide atau informasi yang dapat dijadikan sebagaibahan pertimbangan mengenai pelayanan, *word of mouth* dan lokasi pada bisnis bengkel.

2) Hasil penelitian ini dapat diaplikasikan oleh pelaku usaha dalam bisnis bengkel terutama dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

c. Bagi Akademik

1) Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca.

2) Memberikan sumbangsih perbendaharaan perpustakaan di FEBI terkait pengaruh pelayanan, *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu :

a. Variabel bebas terdiri dari : Kualitas Pelayanan(X1), (X2), *Word Of Mouth*(X2) dan lokasi (X3)

b. Variabel terikat satu (Y) yaitu : Keputusan Pemakaian Jasa

2. Keterbatasan

a. Indikator *word of mouth* yaitu ada 3, membicarakan, merekomendasi dan mendorong.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁵

b. *Word Of Mouth* (X2)

Menurut *Word of mouth Marketing Association* pengertian dari word of mouth adalah usaha meneruskan informasi dari satu konsumen ke konsumen lain.⁶

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat di mana diperjual belikannya produk dan termasuk pusat pengendalian.⁷

d. Keputusan Pemakaian Jasa (Y)

Keputusan Pemakaian Jasa adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembeli.⁸

⁵Herry Widagdo, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen....hal.3

⁶Yuda Oktavianto, " Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu", Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 3 No.01. Edisi April 2013, hal. 66

⁷Kasmir, "Pemasaran Bank", (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 163

⁸Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...* hal. 207

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa pada bengkel montor . Pada penelitian, obyek yang diteliti terdiri dari 3 Variabel independen dan 1 variabel dependen. Yang mana X1 adalah kualitas pelayanan, X2 adalah *word of mouth*, X3 adalah lokasi dan dan Y adalah keputusan pemakaian jasa.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab, dan setiap bab nya terdapat sub bab sebagi manaperincian dari bab-bab tersebut, sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan lokasidan Keputusan pemakaian jasa. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian dibagian akhir bab.

BAB III Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

BABVI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran.