

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor industri jasa saat ini sangat cepat. Hal ini disebabkan adanya peningkatan populasi penduduk yang semakin besar sehingga mendorong kebutuhan masyarakat terhadap bidang layanan jasa semakin besar pula, dan kebutuhan manusia terhadap industri jasa layanan ini akan terus berlanjut. Karena sektor industri jasa ini memiliki peluang bisnis yang menjanjikan dimasa depan, maka sangat besar pula persaingan dalam industri jasa ini. Oleh karena itu, perusahaan bersaing memberikan pelayanan yang berkualitas untuk pelanggannya, sehingga akan menimbulkan kepuasan pelanggan, yang akhirnya akan membuat konsumen mau membayar dan membeli produk atau jasa layanan yang kita tawarkan. Dengan begitu, perusahaan dapat menguasai pangsa pasar yang lebih besar dan mendapat kesuksesan dengan memperoleh profit yang besar, dan siap bersaing di bidang industri jasa.

Dalam industri jasa bengkel mobil, jasa ini berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan bengkel mobil kepada konsumennya. Izogo (2013) dalam Izogo & Ogba (2015: 251) mengatakan permintaan untuk layanan perbaikan mobil telah meningkat sementara adanya pergeseran dari kendaraan transmisi manual ke kendaraan transmisi *automatic* dengan sistem yang lebih kompleks karena perubahan teknologi.

Tabel 1.1
**DATA JUMLAH KENDARAAN RODA EMPAT TAHUN 2015-2017
 DI SURABAYA**

Tahun	Total unit kendaraan roda empat	Wilayah
2015	517.959	Surabaya
2016	546.911	Surabaya
2017	570.571	Surabaya

Sumber: <http://ojs.balitbanghub.dephub.go.id/index.php/warlit/article/view/634/388>

Jumlah kendaraan roda empat mengalami peningkatan dan terus bertambah setiap tahunnya di Kota Surabaya, dilihat pada tabel 1.1 dijelaskan pada tahun 2015 jumlah kendaraan roda empat 517.959, tahun 2016 sejumlah 546.911, dan di tahun 2017 sejumlah 570.571. Peluang ini menjadi prospek lahan bisnis yang baik bagi pebisnis di industri jasa bengkel mobil. Melihat di Surabaya bengkel pelayanan mobil belum banyak yang mengikuti perkembangan di jasa ini. Disamping itu pasca pembelian kendaraan baru biasanya oleh bengkel resmi dari dealer kendaraan tersebut hanya diberi batas garansi perawatan hingga 5 tahun kedepan, dan para konsumen yang habis masa perawatan pada mobilnya otomatis memerlukan alternatif lain untuk perawatan mobilnya. Hal ini yang mendorong para pebisnis untuk membuka bengkel-bengkel mobil baru untuk membantu permasalahan dalam masyarakat.

Eternad-Sajadi dan Rizzuto (2013) dalam Izogo & Ogba (2015: 251) mengatakan bahwa peningkatan kualitas layanan adalah kunci keberhasilan kompetitif. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam kesuksesan usaha jasa bengkel mobil, karena apabila bengkel mobil memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya dan sesuai tentunya konsumen tersebut

akan memberikan tanggapan yang positif dan akan merasa puas terhadap pelayanan yang didapat, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Taap, Chong, Kumar, & Fong (2011) dalam Izogo & Ogba (2015: 251) mengatakan bahwa meskipun literatur tentang kualitas layanan kaya dan beragam, model Servqual masih berlaku sebagai salah satu pendekatan terbaik dalam mengukur kualitas layanan. Hasangholi Pour, Javadin, Reza, & Roosta (2012) dalam Izogo & Ogba (2015: 251) mengatakan bahwa kualitas layanan biasanya diukur dengan skala *servqual*. Dengan begitu, Servqual menjadi tolak ukur dalam kualitas layanan global.

Adanya lima dimensi yang menjadi ukuran dalam *servqual* yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kelima dimensi ini sangat berpengaruh terhadap suksesnya usaha layanan bengkel mobil yang diberikan pada konsumen. Keandalan jasa bengkel mobil merupakan hal yang penting, karena berkaitan dengan kemampuan atau keandalan bengkel mobil dalam memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada konsumen. Daya tanggap jasa bengkel mobil merupakan hal cukup penting, karena berkaitan dengan kemampuan para karyawan bengkel mobil dalam menangani para konsumennya. Jaminan jasa bengkel mobil merupakan hal yang penting, karena bersangkutan dengan perilaku karyawan dalam menanamkan kepercayaan perusahaan dan memberikan keamanan terhadap pelanggan, serta memiliki perilaku sopan, dan pengetahuan. Empati jasa bengkel mobil merupakan hal yang penting, karena jasa bengkel mobil berusaha memberikan bentuk perhatian dan pedulinya terhadap konsumennya, dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen. Dimensi pengukur kualitas layanan yang terakhir adalah bukti fisik, bukti fisik dalam jasa bengkel mobil merupakan hal yang penting,

karena berkaitan dengan bentuk atribut yang ada dalam bengkel jasa mobil seperti peralatan, sarana fasilitas, penampilan para karyawan, dan material berkaitan dengan layanan bengkel mobil. Jadi lima dimensi ini lah pengukur suksesnya kualitas layanan terhadap konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah elemen penting lain yang dianggap sebagai reaksi emosional positif dari pelanggan dan apa yang sebenarnya diinginkan pelanggan adalah tentang memenuhi keinginan, kebutuhan, dan tujuan mereka Bansal & Taylor (2015); Hansemark & Albinsson (2004); Hoyer, Macinnis, & Pieters (2001); Kotler & Armstrong (1999) dalam Iqbal, Hassan, Sharif, & Habibah (2017: 668). Kepuasan pelanggan adalah faktor yang menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya Ramani & Kumar (2008); Söderlund (1998) dalam Iqbal *et al.* (2017: 668). Kepuasan pelanggan sebagai salah satu faktor penting dalam kesuksesan suatu usaha bengkel mobil, karena konsumen atau pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan atas jasa atau produk bengkel mobil, maka akan melakukan perawatan atau perbaikan mobil di bengkel itu lagi. Dengan kata lain, ketika konsumen atau pelanggan merasa puas dengan hasil yang didapat, maka perilaku penggunaan ulang terhadap jasa layanan tersebut akan muncul dan tentunya pelanggan tersebut akan loyal kepada bengkel mobil tersebut.

PT Astra Otoparts pada saat tahun 1998 telah mendirikan sebuah perusahaan bernama “Super A” perusahaan ini berjalan di bisnis retail modern otomotif dan pertama di Indonesia. Dulunya, tujuan utama bisnis pada perusahaan ini adalah produk suku cadang roda empat. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan usahanya, “Super A” di tahun 2000 berubah nama menjadi “*Shop and*

Drive” yaitu sebuah bisnis yang berfokus quick services, fast moving parts, dan related services. Usaha ini hadir dengan dua tipe outlet yaitu *Shop and Drive* dan *Super Shop and Drive*. Kedua outlet ini sama sama melayani penggantian aki, oli, shock absorber, dan pelayanan lainnya pada mobil. Perbedaannya adalah untuk *Super Shop and Drive* pelayanan ditambah pada penggantian ban dan sporing balancing pada mobil. Saat ini sudah 300 outlet *Shop and Drive* yang telah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Dan khususnya di Kota Surabaya telah tersebar 14 outlet *Shop and Drive*. Selain itu *Shop and Drive* telah menghadirkan layanan terbarunya yaitu OHD (*Oil Home Delivery*), layanan ini ditujukan untuk menjawab kebutuhan pelanggan yang serba cepat dan praktis, dan yang ingin mengganti oli tanpa harus datang ke outlet *shop and drive*. Layanan terbaru lain adalah dengan menelpon customer service *shop and drive* di nomor 15-000-15, pelayanan ini akan sangat membantu pemilik kendaraan pada situasi darurat seperti kendaraan mengalami mogok di jalan nantinya dari pihak *shop and drive* akan langsung mengirimkan mekanik andalnya untuk mengatasi masalah kendaraan anda, selain itu, *Shop and Drive* berusaha melakukan inovasi untuk mengikuti tren dan menyesuaikan kebutuhan pelanggan. *Shop and drive* memiliki sebuah aplikasi yaitu *Shop and Drive* mobile App. Didalam aplikasi ini semua pelayanan *shop and drive* ada mulai jasa layanan yang ditawarkan dan produk yang dijual, selain itu *shop and drive* menyediakan layanan pembayaran yang dapat dilakukan dengan cash, debit, maupun kredit. Strategi ini lah yang dapat membuat *shop and drive* bertahan di persaingan industri ritel. Dapat dinilai *shop and drive* Surabaya merupakan jasa industri bengkel mobil yang kompetitif, karena *shop and drive* menempatkan kualitas layanan terbaik,

sehingga menimbulkan rasa puas pada pelanggan, dan membuat pelanggan menjadi loyal atau memberikan perilaku penggunaan ulang terhadap jasa bengkel *shop and drive*.

Strategi ini lah yang dapat membuat *Shop and Drive* bertahan di persaingan industri ritel, dapat dinilai *Shop and Drive* Surabaya merupakan jasa industri bengkel mobil yang kompetitif, karena *Shop and Drive* menempatkan kualitas layanan terbaik, sehingga menimbulkan rasa puas pada pelanggan, dan membuat pelanggan menjadi loyal atau memberikan perilaku penggunaan ulang terhadap jasa bengkel *Shop and Drive*.

Masalah utama yang dihadapi oleh bengkel *Shop and Drive* ini adalah dari *quality control* atau kualitas pengerjaan yang dilakukan oleh karyawan bengkel *Shop and Drive*, kelalaian yang seperti ini yang dapat membuat bengkel mobil mengalami kerugian dan mencoreng nama baiknya. Maka dari itu bengkel *Shop and Drive* perlu mencegah hal ini agar tidak terulang di masa yang akan datang, dengan menggunakan konsep kualitas layanan berdasarkan lima dimensi didalamnya, yang diharapkan dapat membangun kepuasan pelanggan, dan menumbuhkan rasa loyalitas pelanggan pada bengkel *Shop and Drive*.

Berdasarkan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan guna memberikan alternatif pilihan kepada bengkel *Shop and Drive* di Surabaya mengenai kualitas layanan yang telah diberikan pada pelanggan, agar dapat terbentuknya kepuasan pada pelanggan, sehingga pelanggan akan loyal kepada bengkel *Shop and Drive* dan menghasilkan keuntungan bagi bengkel. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, DENGAN

MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BENGKEL MOBIL *SHOP AND DRIVE* DI SURABAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian pada bengkel mobil *Shop and Drive* diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam bengkel *Shop and Drive* di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam bengkel *Shop and Drive* di Surabaya?
3. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam bengkel *Shop and Drive* di Surabaya?
4. Apakah kepuasan pelanggan mampu menjadi mediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam bengkel *Shop and Drive* di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dilakukannya rumusan masalah penelitian pada bengkel mobil *Shop and Drive* yang telah disusun pada sub bab sebelumnya, diharapkan penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu:

1. Menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus bengkel *Shop and Drive* di Surabaya.
2. Menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus bengkel *Shop and Drive* di Surabaya.
3. Menguji signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada studi kasus bengkel *Shop and Drive* di Surabaya.

4. Menguji kepuasan pelanggan sebagai mediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam studi kasus bengkel *Shop and Drive* di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat bagi para peneliti selanjutnya maupun pada bengkel mobil *Shop and Drive*. Manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan sehingga akan bermanfaat di kehidupan sehari-hari

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan bisa memberikan gambaran dan informasi yang berarti bagi bengkel *Shop and Drive* khususnya dalam pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga perusahaan dapat berkembang dan meningkatkan profit perusahaan

3. Bagi Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini bisa menjadi tambahan koleksi tugas akhir dalam katalog milik perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang bisa dijadikan referensi bagi para mahasiswa dan mahasiswi yang akan menempuh Metodologi Penelitian maupun Skripsi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dengan dilakukannya penelitian ini, untuk kemudahan dalam pemahaman isi skripsi, maka akan disampaikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang mengenai bengkel mobil di Surabaya, dan menjelaskan tentang bengkel mobil *Shop and Drive* yang merujuk pada latar belakang, menyusun rumusan masalah berdasarkan variabel yang digunakan dengan bentuk pertanyaan penelitian, selanjutnya ada tujuan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang dibuat sebelumnya, lalu manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, kerangka konseptual penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang tata cara atau langkah-langkah guna mengetahui sesuatu dalam penelitian yang menggunakan prosedur secara sistematis.