



BAB I

PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk, maka kebutuhan penduduk meningkat, Salah satunya adalah transportasi darat. Transportasi darat menjadi jenis transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat, khususnya kendaraan sepeda motor. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor, maka semakin berkembang pula pasar kendaraan bermotor.

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), total penjualan kendaraan sepeda motor 5.057.516 terjual sepanjang tahun 2021. Penjualan naik 38% dari tahun sebelumnya 3.660.616 unit. AISI memproyeksikan penjualan bisa 5,1 juta hingga 5,4 juta unit tahun ini. AISI menjelaskan bahwa sepeda motor Honda memiliki penjualan pasar tertinggi dengan 3.928.788 unit, diikuti Yamaha 1.063.866, Kawasaki 43.540, Suzuki 18.380, dan TVS 2.942. (<https://otomotif.antarane.ws.com>).

Penjualan kendaraan sepeda motor paling tinggi terdapat pada merek Honda. Hal ini menunjukkan bahwa Honda menguasai pangsa pasar kendaraan motor di Indonesia. Meningkatnya intensitas persaingan dalam industri sepeda motor, mengharuskan setiap perusahaan dapat memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memenuhi apa yang konsumen harapkan. Setiap perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti proses, sumber daya manusia dan lingkungan selain barang atau jasa yang disediakan. Memberikan layanan berkualitas tinggi adalah salah satu strategi yang dapat digunakan bisnis untuk bersaing dalam pasar. Untuk mempertahankan bisnis dari persaingan yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



ketat, jasa bengkel sepeda motor harus memperhatikan kualitas layanan dan harga servis.

Jasa menurut Kotler dan Keller (2016:422), adalah tindakan atau kinerja yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lain tanpa mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas layanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi konsumen tentang layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan dari layanan perusahaan. Ketika suatu layanan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, kualitas layanan dipandang sangat baik dan berkualitas tinggi. Sebaliknya, jika tingkat layanan lebih rendah dari yang diharapkan, dianggap tingkat kualitas layanan dipersepsikan buruk atau di bawah standar.

Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh layanan. Layanan konsumen ditunjukkan oleh bukti fisik fasilitas dan peralatan, kehandalan petugas bengkel, daya tanggap petugas bengkel dan jaminan layanan berkualitas tinggi. Karena kualitas layanan dan kepuasan konsumen sangat erat kaitannya, perusahaan diharuskan untuk melakukan perbaikan secara terus menerus, terutama pada kualitas layanannya. Layanan yang memuaskan bila diiringi dengan harga servis yang terjangkau, konsumen akan merasa kebutuhannya akan sepeda motor terpenuhi tanpa harus menguras biaya. Jika kebutuhan konsumen terpenuhi, mereka akan sering kembali dan bahkan dapat merujuk konsumen lain untuk memenuhi kebutuhan sepeda motornya. Oleh karena itu, dalam menetapkan harga servis AHASS, penting untuk mempertimbangkan semua pengaruh yang mungkin terjadi.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2021:296), sebagai sejumlah uang yang dibayar konsumen untuk suatu barang atau jasa guna memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakannya. Kesan konsumen tentang harga memengaruhi pembelian mereka selanjutnya, apakah itu terlalu mahal, murah, atau standar.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kesan ini menciptakan nilai konsumen untuk produk atau jasa. Jika konsumen percaya bahwa suatu produk atau jasa terlalu mahal setelah membeli atau menggunakannya, maka konsumen enggan untuk kembali dan bisa jadi akan beralih ke tempat lain.

Dengan mengutamakan kualitas layanan dan harga servis yang terjangkau, akan lebih mudah bagi pelaku bisnis untuk mencapai tujuan perusahaannya yaitu mencapai keuntungan yang maksimal dengan terus meningkatkan jumlah konsumen. Salah satu faktor yang dapat membuat perusahaan tetap kompetitif dalam dunia bisnis adalah kepuasan konsumen. Konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam peningkatan kualitas dalam bisnis yang sangat besar dan semakin kompetitif. Kepuasan konsumen adalah keinginan setiap bisnis. Namun, tidak semua perusahaan dapat mempertahankan tingkat kepuasan konsumen yang sama seperti saat dibuka. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:153), adalah tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan seseorang dinilai dengan membandingkan hasil produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Konsumen akan sangat puas jika layanan sesuai dengan harapannya. Sebaliknya jika layanan atau hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen menjadi tidak puas.

Konsumen yang memiliki kendaraan wajib melakukan perawatan berkala agar kendaraannya tetap dalam performa baik, aman dan nyaman. Namun, banyak konsumen yang tidak bisa melakukan perbaikan karena pengetahuan kendaraan yang minim. Oleh karena itu, konsumen perlu mencari bengkel untuk memperbaikinya. Bengkel adalah tempat yang menyediakan ruang dan peralatan untuk perbaikan kendaraan. Konsumen akan mencari bengkel terbaik untuk memperbaiki kendaraannya. Setiap bengkel harus memberikan kenyamanan bagi

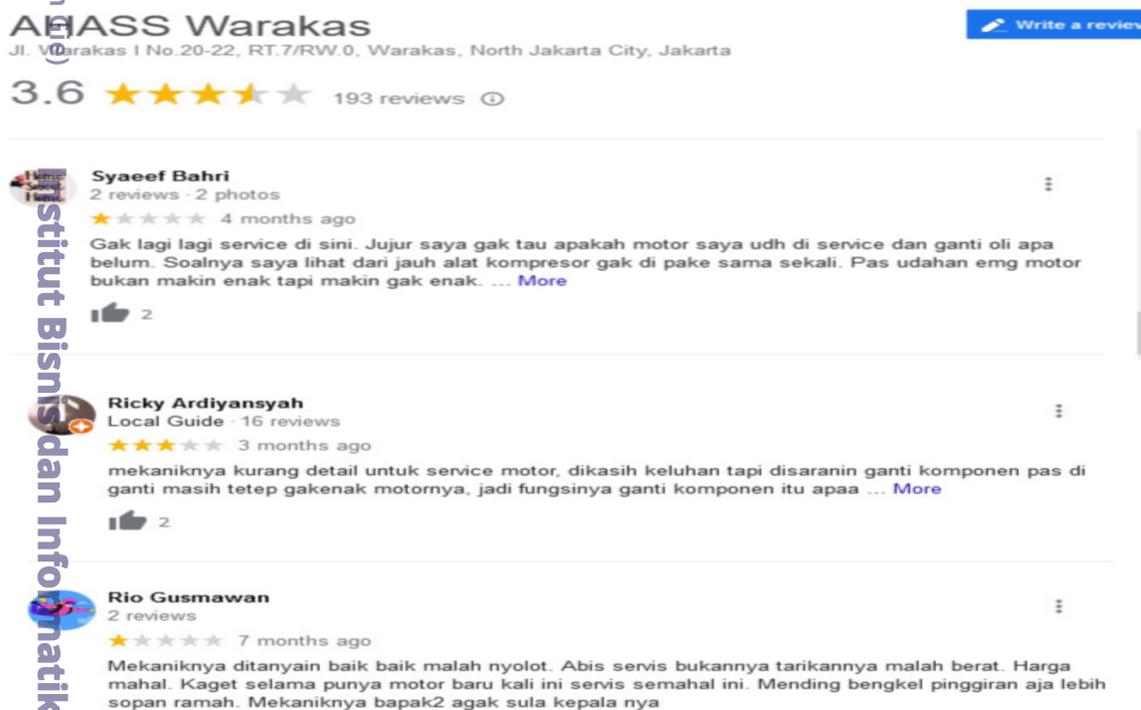
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

setiap konsumen dari segi fasilitas, tempat dan lingkungan sekitar bengkel.

Selain penjualan kendaraan, PT Astra Honda Motor memiliki 3.645 bengkel resmi bernama *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS) yang tersebar di seluruh Indonesia, dimana kendaraan dilayani oleh mekanik yang terampil dan terlatih (<https://kusnantokarasan.com>). AHASS Warakas merupakan salah satu bengkel resmi sepeda motor merek Honda yang berlokasi di Jl. Warakas I no 20-22, RT.7/RW.0 Kota Jakarta Utara. AHASS Warakas merupakan salah satu bengkel dengan pengguna jasa yang cukup banyak. Namun, ada beberapa konsumen AHASS Warakas yang masih belum puas dengan layanan dan harga servis yang diberikan. Sehingga masih terjadi banyak keluhan dari konsumen dengan hasil servis yang diberikan.

Gambar 1.1

Beberapa ulasan konsumen pada AHASS Warakas



Sumber : Google Ulasan AHASS Warakas



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga servis terhadap kepuasan konsumen pada bengkel AHASS Warakas Jakarta Utara?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di AHASS Warakas.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga servis di AHASS Warakas.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di AHASS Warakas.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan
Memberikan kontribusi dan penyempurnaan strategi serta meningkatkan kualitas layanan di AHASS Warakas.
2. Bagi peneliti
Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.