

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan persaingan di dunia bisnis saat ini berjalan dengan sangat ketat. Hal tersebut disebabkan banyaknya usaha-usaha baru yang bermunculan, baik usaha jasa maupun barang. salah satunya adalah usaha yang bergerak di bidang otomotif. Hal ini dikarenakan para pelanggan membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya. Oleh karena itu para pelaku usaha yang bergerak di bidang otomotif berupaya memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan sehingga memiliki keunggulan dari kompetitor lain guna mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Salah satu usaha yang bergerak dibidang otomotif yaitu Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang service untuk mobil truk yang berada di Jalan Pasar 1 No.2 Desa Saentis Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli serdang. Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota melayani jasa service yaitu : Layanan jasa perbaikan dan pembuatan kabin, Layanan Jasa Pengelasan Dan Pengetokan Magic, dan Layanan Jasa Pengecatan Mobil Truk.

Dengan semakin banyaknya bengkel service yang berdiri, menyebabkan konsumen memiliki semakin banyak pilihan. Sebaliknya bengkel service sebagai penyedia jasa bersaing untuk menarik minat

konsumen dan menawarkan serta mempromosikan berbagai kelebihan dan keunggulan dari bengkel service tersebut baik fasilitas, harga jasa yang terjangkau, kenyamanan, dan tempat yang strategis. Oleh karena itu, setiap bengkel service dituntut untuk memberikan jasa atau layanan yang berkualitas dan bermutu tinggi agar pelanggan semakin puas dalam menggunakan jasa service yang di pilihnya.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk memutuskan dan memilih, terpilih tiga faktor yang mewakili untuk diteliti berkenaan dengan loyalitas pelanggan, yaitu faktor kualitas pelayanan, harga, dan lokasi. Dari hasil survei penelitian pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota, telah memperoleh beberapa data jumlah unit truk yang melakukan perbaikan di Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota yang diinput beberapa tahun terakhir antara lain sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Truk Yang Melakukan Perbaikan di Bengkel Mahkota Service/ PT.
Agung Nusantara Mahkota Tahun 2018 - 2022

Tahun	Jumlah Unit Truk
2018	285
2019	230
2020	200
2021	115
2022	85

Sumber : Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa dalam periode lima tahun, Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota mengalami penurunan jumlah pelanggan pengguna jasa. hal itu terjadi dikarenakan beberapa faktor seperti : kurangnya kemampuan mekanik

dalam memperbaiki kerusakan truk yang menyebabkan adanya keluhan dari pelanggan, harga yang cukup bersaing dengan bengkel lainnya dan akses menuju lokasi bengkel tersebut minim angkutan umum dengan kondisi jalan yang cukup rusak serta pelanggan yang datang ke bengkel service biasanya bukan berasal dari sekitar Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota, sehingga mereka menggunakan jasa service bengkel terdekat dari tempat tinggal mereka.

Menurut Griffin (2016), Loyalitas Pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan memiliki sifat positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud membelinya lagi. Untuk mencari tahu permasalahan lebih lanjut terkait penurunan loyalitas pelanggan yang terjadi pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota, penulis melakukan *pra-survey* dengan membagikan kuesioner kepada 30 (tiga puluh) orang pelanggan Bengkel Mahkota Service, dengan memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya (%)	Tidak(%)	Ya	Tidak
1	Saya merasa berminat akan menggunakan kembali jasa Bengkel Mahkota Service	46,7%	53,3%	14	16
2	Saya sudah sering melakukan perbaikan di Bengkel Mahkota Service	33,3%	66,7%	10	20
3	Saya akan merekomendasikan Bengkel Mahkota Service ke orang lain	43,3%	56,7%	13	17
4	Saya tidak akan menggunakan jasa bengkel selain Bengkel Mahkota Service	46,7%	53,3%	14	16

5	Saya merasa jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service bagus dan murah	40%	60%	12	18
---	---	-----	-----	----	----

Sumber: Hasil olah data pra *survey* (2023)

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh data sebesar 66,7% pelanggan menyatakan Tidak sering melakukan perbaikan di Bengkel Mahkota Service. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang datang untuk melakukan perbaikan merupakan pelanggan baru yang hanya beberapa kali menggunakan jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service.

Menurut Tjiptono (2019) kualitas pelayanan juga dapat didefinisikan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk atau jasa yang dihasilkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wasiman dkk (2020) dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu penulis melakukan pra *survey* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya (%)	Tidak (%)	Ya	Tidak
1.	Apakah Karyawan Bengkel Mahkota Service cukup handal dalam memperbaiki kerusakan mobil truk	26,6%	73,3%	8	22
2	Apakah fasilitas bengkel mahkota service memadai untuk melakukan perbaikan	33,3%	66,7 %	10	20
3	Apakah karyawan Bengkel Mahkota Service cepat tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan	40%	60%	12	18

4	Apakah pelanggan merasa percaya meninggalkan truk pada saat melakukan perbaikan.	50%	50%	15	15
5	Karyawan Bengkel Mahkota Service mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik	60%	40%	18	12

Sumber: Hasil olah data pra survey (2023)

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh data sebesar 73,3% pelanggan menyatakan bahwa karyawan Bengkel Mahkota Service tidak cukup handal dalam memperbaiki kerusakan mobil truk yang menyebabkan beberapa pelanggan mengeluh paska perbaikan truknya, sehingga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya kualitas pelayanan pada Bengkel Mahkota Service.

Menurut Gitosudarmo (2017) harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar terhadap suatu produk tertentu. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nofindri (2021) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dibawah ini terdapat tabel harga dan layanan jasa yang ditawarkan oleh Bengkel Mahkota Service/PT.Agung Nusantara Mahkota.

Tabel 1.4
Layanan Jasa Dan Harga Jasa Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara

Layanan Jasa	Harga Jasa/Unit
Perbaikan Dan Pembuatan Kabin	Rp 5.500.000,-
Pengelasan Dan Pengetokan Magic pada Body Mobil Truck	Rp 2.500.000,-
Pengecatan Body Mobil Truck	Rp 2.500.000,-
Total Harga Jasa/ Unit	Rp 10.500.000,-

Sumber :Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, dapat dilihat layanan jasa dan harga pada Bengkel Mahkota Serice/PT. Agung Nusantara Mahkota. Berikut

hasil pra *survey* yang penulis lakukan terkait variabel harga :

Tabel 1.5
Hasil Pra *Survey* Harga pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya (%)	Tidak(%)	Ya	Tidak
1.	Apakah Bengkel Mahkota Service sudah memberikan Harga jasa dengan terjangkau	46,7%	53,3%	14	16
2	Apakah harga jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service sesuai dengan kualitas perbaikan yang diberikan	66,7%	33,3%	10	20
3	Apakah Harga jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service bersaing dengan harga jasa bengkel lainnya	60%	40%	18	12
4	Apakah Harga jasa yang mahal menjadi persoalan bagi pelanggan	50%	50%	15	15
5	Saya Merasa Harga jasa yang ditawarkan Bengkel Mahkota Service sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan	60%	40 %	18	12

Sumber: Hasil olah data pra *survey* (2023)

Berdasarkan hasil di atas, pada pertanyaan apakah harga jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service sesuai dengan kualitas perbaikan yang diberikan diperoleh presentase sebesar 66,7% pelanggan menjawab “Tidak”. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 20 orang memilih jawaban tidak karena harga jasa perbaikan di Bengkel Mahkota Service belum sesuai dengan kualitas perbaikan yang diberikan. sehingga Bengkel Mahkota Service harus lebih mengedepankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Sesuai hasil wawancara penulis dengan manager Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota, perusahaan mengalami penurunan jumlah pelanggan pengguna jasa service dikarenakan pelanggan di bengkel

service bukan berasal dari sekitar Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota, sehingga mereka menggunakan jasa service bengkel terdekat dari tempat tinggal mereka. Sedangkan lokasi menurut Kotler & Armstrong (2016), menyatakan bahwa lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan untuk menargetkan konsumen. Faktor lokasi dipilih karena berkaitan dengan kemudahan akses dan jarak ke bengkel, lingkungan sekitar bengkel, ekspansi, dan tempat parkir yang luas dan aman. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hermanto dkk (2016) bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut hasil pra-*survey* variabel lokasi :

Tabel 1.6
Hasil Pra Survey Lokasi pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya (%)	Tidak (%)	Ya	Tidak
1	Saya merasa lokasi yang dilalui mudah di jangkau sarana transportasi umum dengan kondisi jalan yang bagus untuk dilalui pelanggan	20%	80%	6	24
2	Apakah lokasi bengkel dekat dengan tempat tinggal pelanggan dan mudah ditemukan karena terdapat pamflet nama dilokasi tersebut	66,7%	33,3%	20	10
3	Saya merasa arus lalu lintas menuju Bengkel Mahkota Service lancar (tidak macet)	33,3%	66,7%	10	20
4	Saya merasa tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat	60%	40%	18	12
5	Saya merasa Bengkel Mahkota Service memiliki tempat yang luas untuk melakukan kegiatan perbaikan	56,7%	43,3 %	17	13

Sumber: Hasil olah data pra *survey* (2023)

Berdasarkan hasil di atas, diperoleh data sebesar 80% pelanggan menyatakan bahwa akses menuju lokasi yang dilalui tidak mudah dijangkau sarana transportasi umum dengan kondisi jalan yang cukup rusak untuk dilalui pelanggan sehingga menyebabkan orang-orang lebih memilih mencari bengkel yang dekat dan mudah dijangkau, hal itu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan menurunnya pelanggan Bengkel Mahkota Service.

Melihat fenomena di atas, hubungan antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi dengan Loyalitas Pelanggan yang terjadi menjadi hal menarik untuk dibahas. Memperhatikan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R. Pratama dan N. Yulianthini (2022) berjudul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Agata”, diperoleh hasil bahwa : 1. Kualitas Pelayanan serta Lokasi Berpengaruh secara Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Salon Agata, 2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di Salon Agata, 3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di Salon Agata. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Naufal Nur Hilmi dan Mumuh Mulyana (2020), yang berjudul : “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Periklanan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan The Jungle Water Park Bogor, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, periklanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian dari permasalahan yang terjadi di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Mahkota Service / PT. Agung Nusantara Mahkota .”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, ada beberapa pembahasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Terdapat penurunan jumlah unit truk yang diperbaiki dari tahun ketahun yang diindikasi menyebabkan penurunan jumlah pelanggan.
2. Masih kurangnya kemampuan karyawan Bengkel Mahkota Service/PT.Agung Nusantara Mahkota dalam memperbaiki kerusakan truk sehingga menyebabkan pelanggan mengeluh paska perbaikan.
3. Pelanggan merasa harga yang diberikan belum sesuai dengan kualitas perbaikan yang diberikan oleh Bengkel Mahkota Service/PT.Agung Nusantara Mahkota.
4. Sulitnya akses menuju lokasi Bengkel Mahkota Service/PT.Agung Nusantara Mahkota yang cukup jauh dan jarang dilalui transportasi umum.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dibuat rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap

loyalitas pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas hanya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mahkota Service/ Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota yang studi kasusnya pada seluruh layanan jasa pelanggan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara

Mahkota.

3. Untuk mengetahui pangaruh lokasi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Bengkel Mahkota Service/ PT. Agung Nusantara Mahkota
Sebagai bahan masukan dan pertimbangan pihak Manajemen Pemasaran dalam mengambil keputusan.
2. Bagi Penulis
Merupakan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam penerapan Ilmu Manajemen, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.
3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lanjutan.