

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem untuk membeli mobil dan perkembangan mobil global saat ini, yang menawarkan kendaraan berkualitas tinggi dengan harga lebih murah serta sistem pembelian mobil berbasis kredit yang lebih sederhana, yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pembelian kendaraan baru tiap tahunnya. Meningkatnya keragaman pembeli mobil menimbulkan situasi sulit di bidang transportasi, seperti kemacetan lalu lintas dan munculnya jalur lambat yang menimbulkan masalah bagi banyak kendaraan di jalan raya. Pelanggan menginginkan infrastruktur dan layanan untuk memelihara atau memperbaiki mobil mereka agar dapat digunakan kembali, tidak sebagus baru, dan dijual dengan bantuan terbaik.

Tabel 1.1

Jumlah Kendaraan Bermotor Tahun 2017-2019

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor		
	Menurut Jenis (Unit)		
	2017	2018	2019
Mobil Penumpang	13 968 202	14 830 698	15 592 419
Mobil Bis	213 359	222 872	231 569
Mobil Barang	4 540 902	4 797 254	5 021 888
Sepeda Motor	100 200 245	106 657 952	112 771 136
Jumlah	118 922 708	126 508 776	133 617 012

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Di Indonesia, ada lebih dari 133 juta kendaraan bermotor pada tahun 2019 menurut tabel 1.1. Sejak dua tahun lalu, jumlah mobil meningkat sekitar 5%. Pada 2019, jumlah mobil naik 7.108.236 unit atau 5,3% menjadi 133.617.012 unit, naik dari tahun sebelumnya 126.508.776 unit. Jumlah mobil yang terjual pada 2018 tumbuh 5,9% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi 118.922.708 unit. Mobil penumpang (*passenger car*) merupakan 11,6% dari seluruh kendaraan di Indonesia. Pada 2019, tercatat sebanyak 15.592.419 mobil penumpang terjual. Angka ini naik dari 14.830.698 unit pada 2018 dan 13.968.202 unit pada 2017. Sepeda motor adalah alat transportasi paling populer di Indonesia. Kenyataannya, angka itu meningkat dari tahun ke tahun. Hingga 2019, jumlah sepeda motor di Indonesia sebanyak 112.771.136. Jumlah sepeda motor yang terjual pada 2018 sebanyak 106.657.952 unit, naik dari 100.200.245 unit pada 2017.

Namun, sering kali terdapat antrean panjang untuk kendaraan yang membutuhkan perbaikan atau pemeliharaan karena pertumbuhan sektor otomotif nasional belum diimbangi dengan pertumbuhan bengkel yang menghasilkan pendapatan tambahan. Industri otomotif juga mempromosikan pengembangan bengkel resmi atau bengkel umum yang mungkin bergabung dengan jaringan operator purna jual untuk memudahkan pelanggan yang kendaraannya perlu diservis.

Orang yang bekerja untuk perusahaan komersial akan menjadi lebih termotivasi untuk memberikan layanan kepada *klien* karena persaingan yang semakin ketat untuk mempertahankan daya saing dibandingkan dengan pesaing, penyedia layanan harus fokus pada strategi untuk meningkatkan tingkat kepuasan *klien* dengan layanan yang ditawarkan. Strategi utama perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar adalah menyediakan sesuatu yang dapat

dibanggakan dan dihargai oleh pelanggan melalui pengiriman barang dan jasa berkualitas tinggi oleh karyawan yang kompeten dan ambisius. Konsep penting dalam perdebatan bisnis dan manajemen saat ini adalah kebanggaan pelanggan (Susan Novitasari Khadijah & Dianasari, 2018:221).

Mr. Martinus Hubertus Dou Rego, sang pemilik, membantu mengelola bengkel mobil Hernando yang terletak di Jl. Ahmad Yani-RT Kartini 02, Tanalodu, Bajawa, Nusa Tenggara Timur. Bengkel Hernando merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang otomotif di kecamatan Tanalodu, Bajawa. Fakta bahwa bengkel Bengkel Hernando bukan lagi yang paling efisien di kawasan ini menciptakan kontras yang jelas antara bengkel satu dan bengkel berikutnya, sebagaimana dibuktikan oleh operator, pengaturan, dan lokasi luar biasa yang ditawarkan oleh bisnis nirlaba dalam upaya meningkatkan kepuasan *klien*.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas layanan didefinisikan oleh Kotler (2012: 23) sebagai fitur total barang dan jasa yang memengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi permintaan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Karena hal itu memengaruhi perekrutan konsumen baru dan menurunkan kemungkinan pelanggan yang sudah ada akan beralih merek, salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2008:51) dalam (Darmawanto, 2015), kualitas pelayanan digambarkan sebagai upaya menjawab tuntutan yang disertai dengan keinginan konsumen dan ketepatan teknik penyampaian dalam rangka memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut.

Persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dan layanan yang sebenarnya mereka harapkan dibandingkan dengan menggunakan metrik kualitas layanan, dapat dikatakan bahwa layanan kurang menyenangkan jika klien mengharapkan tingkat operator yang lebih tinggi daripada yang sebenarnya diterima pelanggan, sedangkan sebaliknya jika pelanggan mengharapkan tingkat

operator yang lebih rendah. Pelayanan dianggap memuaskan jika penyedia yang diberikan sesuai dengan tingkat kinerja yang diharapkan. Untuk menentukan Seberapa dekat realitas dan harapan pelanggan cocok terhadap operator, layanan berkualitas tinggi adalah suatu keharusan.

Kualitas penyedia sama pentingnya dengan benarkah pelanggan puas atau tidak dengan produk atau layanan. Klien juga mempertimbangkan sejumlah elemen lain, seperti lokasi dan hub perusahaan.

Fasilitas sangat penting untuk pertumbuhan kebanggaan, yang terdiri dari kenyamanan konsumen, perakitan permintaan pengguna, dan kenyamanan operator, menurut Oetama (2017: 60). Pembeli mungkin puas ketika penawaran yang telah selesai memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Tjiptono (2014:317), fasilitas adalah faktor terpenting yang ingin digunakan pembeli sebagai kompas untuk semua operasi, baik di industri transportasi maupun barang. Ini karena pembeli mungkin percaya bahwa pelanggan harus puas atau mereka akan membelot dan mulai berbisnis dengan saingan. Akibatnya, perusahaan akan melihat penurunan penjualan dan pendapatan yang lebih rendah. Sesuai deskripsi fasilitas, Bengkel Hernando memiliki *center* dengan tempat duduk, WiFi, televisi, dan toilet yang dapat digunakan *klien*.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh lokasi, jika kantor pusat perusahaan berada dalam posisi strategis dan mudah dijangkau, pelanggan dengan bangga akan mempertimbangkan kembali keputusan pengeluaran mereka. Menurut Jeni Raharjani (dalam Anindya 2014), salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan. Perusahaan harus memilih lokasi yang strategis di antara keramaian dan aktivitas jaringan yang juga mudah diakses oleh klien jika ingin menjalankan bisnisnya dengan sukses. Hal ini juga berdampak pada kelangsungan usaha. Lokasinya dianggap membantu karena bengkel Hernando terletak di dekat daerah padat penduduk seperti taman

dan gereja di jalan raya ganda.

Ketidakpuasan pelanggan dihasilkan dari kinerja keseluruhan yang jauh dari harapan, kebahagiaan pembeli dihasilkan dari kinerja keseluruhan yang memenuhi harapan; dan ketidakpuasan pembeli dihasilkan dari kinerja keseluruhan yang melampaui harapan. Ketika seseorang membandingkan kinerja total (atau hasil) dari ide produk dengan kinerja keseluruhan (atau hasil) yang diantisipasi konsumen untuk menjadi sangat senang atau puas, mereka mengekspresikan kegembiraan atau ketidakbahagiaan mereka masing-masing (Kotler&Keller dalam Priansa, 2017:196).

Menurut Kottler dalam Rusydi (2017:5), “Orang yang paling diantisipasi untuk dihubungi dalam suatu perusahaan adalah pelanggan/pembeli. Alih-alih menjadi tugas, pelanggan sekarang yang menyediakan aktivitas. Meskipun pelanggan tidak selalu seseorang untuk memilih atau melihat ke dalam, pelanggan adalah sumber *tip-off*. Pelanggan sekarang bergantung pada agen bukan layanan, yang pada gilirannya bergantung pada pelanggan. Pada akhirnya, tujuan bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan dan dirinya sendiri.

Penulis tertarik menggunakan Bengkel Mobil Hernando sebagai bahan kajian dalam topik ini. Terletak di Jl. A Yani - RT Kartini 02, Tanalodu, Bajawa, Nusa Tenggara Timur. Peneliti ingin memahami apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, fasilitas, dan lokasi. Karena Bengkel Kendaraan Hernando mempertimbangkan waktu, uang, dan tenaga, penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentangnya, selain betapa sederhananya bagi penulis untuk mendapatkan tanggapan. Mengingat narasi sejarah, peneliti ingin melakukan penelitian berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL HERNANDO TANALODU, NUSA TENGGARA TIMUR”**.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian dinyatakan sebagai berikut, berdasarkan informasi yang disajikan dalam penelitian:

1. Apakah pelayanan di Bengkel Hernado Tanalodu di Nusa Tenggara Timur memberikan dampak terbesar terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah fasilitas pelayanan di Bengkel Hernando Tanalodu Nusa Tenggara Timur berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah lokasi Bengkel Hernando Tanalodu di Nusa Tenggara Timur berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah layanan, fasilitas, dan lokasi Bengkel Hernando Tanalodu semuanya berdampak pada kesenangan pelanggan pada saat yang bersamaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Kegunaan dari riset ini yakni:

1. Guna memahami hubungan langsung antara kepuasan pelanggan dan pelayanan di Bengkel Hernando Tanalodu di Nusa Tenggara Timur.
2. Guna mengetahui bagaimana fasilitas pelayanan di Bengkel Hernando Tanalodu Nusa Tenggara Timur secara langsung mempengaruhi kebahagiaan pelanggan.
3. Guna mengetahui dampak langsung lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Hernando Tanalodu di Nusa Tenggara Timur.
4. Kepuasan pelanggan di Bengkel Hernando Tanalodu di Nusa Tenggara Timur dipengaruhi oleh ketersediaan layanan, area di mana mereka ditawarkan, dan kemudahan layanan ini dipahami dan ditemukan.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan dari riset ini, khususnya:

1. Berkenaan dengan pendidikan

Guna memperluas wawasan mahasiswa tentang manajemen pemasaran melalui studi tentang bagaimana pusat, lingkungan sekitarnya, dan layanan berkualitas tinggi memengaruhi kebahagiaan konsumen.

2. Dalam hal kemajuan ilmu pengetahuan

Dengan memeriksa kompleksitas pelayanan yang efektif, diharapkan bahwa penelitian ini akan bertindak sebagai bahan pemikiran dan sumber daya yang berguna, fasilitas, dan lokasi, serta kebahagiaan pelanggan.

3. Berkenaan dengan kenyataannya

Studi ini diharapkan supaya bisa menjadi sumber pengetahuan dan sarana pengajaran bagi penulis yang meneliti bagaimana lokasi, fasilitas, dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan *klien*.