

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri otomotif semakin menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan pada sarana transportasi. Hal ini diiringi dengan semakin meningkatnya mobilitas manusia, kebutuhan akan sarana transportasi semakin meningkat. Kebanyakan masyarakat Indonesia memilih sepeda motor sebagai sarana transportasi yang digunakan untuk beraktifitas sehari – hari. Alasan mengapa sepeda motor menjadi kendaraan yang banyak disukai masyarakat Bandung dan juga masyarakat Indonesia adalah selain harga yang lebih murah dibandingkan dengan kendaraan lain, mudah dikendarai, sangat membantu disaat macet, dan juga perawatan yang diperlukan cukup mudah. Untuk menguat opini penulis, penulis akan menjabarkan beberapa tabel mengenai jumlah peminat masyarakat terhadap sepeda motor.

**Tabel 1.1**  
**Potensi kendaraan bermotor per jenis sepeda motor di kota Bandung**  
**2017**

| Sepeda motor, scooter | Pribadi   | Dinas  |
|-----------------------|-----------|--------|
| 1.328783              | 1.314.726 | 14.057 |

Source : Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat

Selain itu Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) merilis penjualan sepeda motor honda selama 2018 berikut adalah data pangsa pasar industri sepeda motor Nasional.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan Sepeda Motor 2018**

| HONDA  | YAMAHA | SUZUKI | KAWASAKI | TVS   |
|--------|--------|--------|----------|-------|
| 74,60% | 22,80% | 1,40%  | 1,20%    | 0,01% |

Source Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Hampir semua warga di kota Bandung menggunakan sepeda motor sebagai metode transportasi untuk beraktifitas. Berdasarkan hal tersebut menimbulkan jasa

service motor di Indonesia semakin banyak, baik service motor secara resmi atau pun tidak resmi. Begitu juga bagi warga Bandung yang menggunakan sepeda motor karena perawatannya yang begitu mudah. Dengan kondisi Bandung yang padat dan sering terjadi kemacetan maka dari itu kendaraan yang kita pakai sangat penting melakukan perawatan agar sepeda motor yang digunakan tetap prima demi keamanan dan kenyamanan dalam berkendara. Oleh karena itu perawatan dan service sepeda motor harus dilakukan di bengkel secara teratur agar kualitasnya tidak mengecewakan dan memenuhi standar kendaraan tersebut.

AHASS adalah salah satu bengkel motor resmi sepeda motor Honda / Astra Honda Authorized Service Station yang memiliki lambang H2 dan dikenal oleh masyarakat Indonesia untuk perawatan sepeda motor Honda dan pelayanan after sales servis di Indonesia, serta melayani pembelian spare part motor Honda atau suku cadang asli Honda.

Akan tetapi terdapat masalah yang ditemukan pada bengkel motor AHASS di Cikutra Bandung pada beberapa tahun terakhir hal ini dapat dilihat dari pendapatan yang di terima dalam tiga tahun belakang :

**Tabel 1.3**  
**Data pendapatan bengkel 2016 - 2018**

| Bulan     | 2016          | 2017          | 2018          |
|-----------|---------------|---------------|---------------|
| Januari   | 314.730.350   | 317.629.300   | 328.254.400   |
| Februari  | 291.898.345   | 281.520.170   | 277.517.550   |
| Maret     | 267.776.806   | 346.816.705   | 339.467.275   |
| April     | 314.998.550   | 314.994.300   | 270.346.700   |
| Mei       | 307.742.200   | 360.420.410   | 296.947.650   |
| Juni      | 357.339.450   | 400.845.565   | 350.467.350   |
| Juli      | 359.900.300   | 321.502.400   | 286.871.450   |
| Agustus   | 318.248.050   | 317.032.540   | 263.330.600   |
| September | 308.825.315   | 277.799.750   | 298.090.550   |
| Oktober   | 307.513.750   | 327.410.200   | 271.709.282   |
| November  | 323.741.705   | 299.239.050   | 271.994.225   |
| Desember  | 342.765.250   | 363.156.542   | 311.579.005   |
| Jumlah    | 3.815.480.071 | 3.928.366.932 | 3.566.576.037 |

Sumber: Bengkel motor AHASS Cikutra

Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat bahwa pendapatan di bengkel tersebut mengalami fluktuatif atau tidak stabilnya pendapatan bengkel tersebut dalam tiga

tahun terakhir. Penjualan pada tahun 2016 sampai 2017 mengalami kenaikan sebesar 112.886.861, sedangkan pendapatan pada tahun 2017 sampai 2018 mengalami penurunan sebesar 361.790.895.

Menurut **Munandar (2008)** turunnya pendapatan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: kualitas pelayanan, lokasi penjualan, kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penjualan, saluran distribusi, promosi, serta penetapan harga, dan fasilitas – fasilitas yang lain dimiliki oleh perusahaan. Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan pada Bengkel AHASS Delima Motor adalah konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS Delima Motor.

Selain itu penulis akan menjabarkan mengenai complain atau keluhan pelanggan selama tiga tahun terakhir dan berikut tabel complain atau keluhan pelanggan:

**Tabel 1.4**  
**Keluhan Pelanggan**

| Tahun | Jenis keluhan pelanggan   | Total Keluhan Pelanggan  |
|-------|---|--|
| 2016  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang bersihnya ruang tunggu khusus pelanggan bengkel AHASS Delima Motor</li> <li>• Minimnya tempat sampah</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1662</li> <li>• 1662</li> </ul> |
| 2017  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang bersihnya ruang tunggu khusus pelanggan bengkel AHASS Delima Motor</li> <li>• Minimnya tempat sampah</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1485</li> <li>• 1485</li> </ul> |
| 2018  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang bersihnya ruang tunggu khusus pelanggan bengkel AHASS Delima Motor</li> <li>• Minimnya tempat sampah</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1754</li> <li>• 1754</li> </ul> |

Sumber: Bengkel AHASS Delima Motor, 10 juni 2019

Dari kesimpulan yang diambil pelanggan yang mengalami keluhan pada tahun 2016 ke 2017 mengalami penurunan sebesar 177 pelanggan sementara pada tahun 2017 ke 2018 mengalami kenaikan sebesar 269 pelanggan setiap tahunnya.

Selanjutnya penulis akan menjabarkan mengenai pra survey, berikut penulis akan memasukan tabel 1.5 pra surveynya

**Tabel 1.5**  
**Hasil Pra Survey**

| No | Pernyataan  | Baik % | Tidak Baik% |
|----|---|--------|-------------|
| 1  | Bagaimana penampilan karyawan Bengkel AHASS Delima Motor  | 23,4%  | 76,6%       |
| 2  | Bagaimana dengan perhatian yang diberikan karyawan Bengkel AHASS Delima motor kepada konsumen                             | 53,3%  | 46,7%       |
| 3  | Bagaimana dengan kecepatan dalam proses pelayanan di Bengkel AHASS Delima Motor   | 56,7%  | 43,3%       |
| 4  | Bagaimana dengan kesigapan dan kesiapan dalam membantu konsumen yang diberikan kepada karyawan Bengkel AHASS Delima Motor | 60%    | 40%         |
| 5  | Pelayanan yang diberikan karyawan Bengkel AHASS Delima menimbulkan kepercayaan kepada konsumen                            | 70%    | 30%         |
| 6  | Bagaimana penggunaan teknologi informasi dapat memudahkan konsumen Bengkel AHASS Delima Motor                             | 26,7%  | 73,3%       |
| 7  | Bagaimana dengan penglibatan konsumen dengan Bengkel AHASS Delima Motor dalam memperbaiki pelayanan                       | 66,7%  | 33,3%       |
| 8  | Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pelanggan Bengkel AHASS Delima Motor  | 63,3%  | 36,7%       |

Sumber: Pra Survey yang telah dilakukan

Berdasarkan hasil pra survey diatas dilihat dari tabel 1.5 mengenai hasil pra survey kualitas pelayanan di pernyataan 1-5, dapat disimpulkan bahwa Bengkel AHASS Delima motor memiliki kualitas pelayanan yang belum baik. Hal ini yang diduga karena adanya faktor kualitas pelayanan yang masih belum berjalan dengan baik, faktor faktor tersebut meliputi *Tangibles*, *Emphaty*, *Reliability*,

*Responsivness, Assurance*, sebagai dealer resmi AHASS harus dapat membedakan dari segi pelayanan bengkel umum yang hanya mengandalkan otodidak lalu pernyataan 6-8 mengenai pra survey *Customer Relationship Management* dapat disimpulkan CRM yang mereka gunakan belum berjalan sesuai yang diharapkan bengkel AHASS Delima Motor kepada konsumen mengenai hubungan jangka Panjang dalam pembinaan konsumen. Dari hasil ke 8 pernyataan pra survey sementara yang telah diberikan kepada pelanggan bengkel AHASS Delima Motor, menunjukkan bahwa pernyataan “Bagaimana penggunaan teknologi informasi dapat memudahkan konsumen Bengkel AHASS Delima Motor” yang terdapat pada point 1 memiliki hasil paling rendah, hal ini disinyalir bahwa pelanggan terkadang merasa tidak nyaman ketika mekanik memiliki aroma yang tidak sedap pada waktu siang sampai sore hari dikarenakan pada jam jam tersebut juga sudah menimbulkan bakteri yang menyebabkan bau badan.

Dalam uraian tiga tabel diatas dapat disimpulkan untuk menstabilkan atau, meningkatkan pendapatan perusahaan dan memenangkan dalam persaingan, maka perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu perusahaan bengkel motor harus memperhatikan kualitas pelayanan dan juga *Customer Relationship Management* atau biasa disebutkan memiliki hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pelanggan yang dapat menghasilkan kepuasan pelanggan.

Menurut **Philip Kotler (2012:153)**, Kualitas Pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan Ada lima dimensi kualitas pelayanan jasa menurut **(Tjiptono & Chandra,2011)**. Kualitas pelayanan yaitu Tangibel, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty, dimensi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan di suatu perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik membuat konsumen akan merasakan suatu nilai positif ialah memiliki rasa senang setelah menggunakan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Selain kualitas pelayanan Customer Relationship Management (CRM) juga berpengaruh untuk membangun rasa puas atas jasa yang dihasilkan. Customer Relationship Management merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan baik dengan nasabah. Melalui CRM perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan baik dengan pelanggan sehingga dalam menghasilkan suatu produk dan jasa dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing dapat menjawab keinginan konsumen (**Imasari dan Nursalin 2011**). **Andreani et al. (2012)** menyatakan bahwa CRM merupakan salah satu untuk retain konsumen, yang diperoleh dari menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan harapan bahwa mereka akan puas dan setia kepada perusahaan.

Berdasarkan teori teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan Customer Relationship Management yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa. Karena keamanan, kenyamanan, kepuasan pasca menggunakan jasa yang dihasilkan oleh bengkel motor.

Kepuasan itu sendiri menurut **Kotler & Keller (2009:138-139)** adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dengan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Dari uraian diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan Customer Relationship Management terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu menurut **Dodi Putra Sirait (2018)** yaitu Customer Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction) menghasilkan penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan pelanggan dan kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Matahari Department Store Kota Jambi.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN (Studi Pada Bengkel Motor AHASS)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Menurunnya penjualan selama tiga tahun terakhir merupakan permasalahan yang dihadapi pihak bengkel AHASS. Perusahaan harus menganalisis faktor faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan dan Customer Relationship Management agar diharapkan mampu menstabilkan dan meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Dari rumusan masalah diatas, akan menimbulkan pertanyaan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan, customer relationship management dan kualitas pelayanan pada Bengkel AHASS Delima Motor
2. Seberapa besar kualitas pelayanan dapat mempengaruhi signifikan kepuasan pelanggan Bengkel AHASS Delima Motor?
3. Seberapa besar *Customer Relationship Management* (CRM) dapat mempengaruhi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel AHASS Delima Motor?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan Bengkel AHASS Delima Motor?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu di tentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan customer relationship management kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Customer Relationship Management terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan di bengkel AHASS.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yaitu mengetahui kegunaan yang hendak dicapai dari aspek akademis (keilmuan) dan aspek praktis (guna laksana).

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan bengkel AHASS.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan kebijakan agar konsumen menjadi loyal melalui kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) dapat menambah internal perusahaan dalam mengambil keputusan.
2. Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap pengambilan keputusan.



3. Bagi pembaca diharapkan memberikan sumbangan pemikiran untuk dijadikan bahan penelitian yang lebih lanjut kepada semua pihak, khususnya bagi rekan-rekan Universitas Widyatama sebagai satu acuan dan referensi bagi peneliti.

### **1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

AHASS 7501 Delima Motor, Jl. Cikutra, Cikutra, Cibeunying Kidul, Bandung, Jawa Barat.

### **1.6 Sistematika Skripsi**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan waktu penelitian serta sistematika penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batas penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sample dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, instrument penelitian serta teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang subjek penelitian meliputi gambaran singkat tentang identitas responden dan analisis data yang berisikan tentang analisis deskriptif analisis statistic dan pembahasan masalah.

#### **BAB V KESIMPULAN PENELITIAN**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian dimana pada bagian ini akan diungkap mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian serta saran saran yang relevan dengan hasil penelitian.