

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan penggunaan sepeda motor semakin berkembang pesat, hal ini dikarenakan sepeda motor telah menjadi kebutuhan sehari-hari dan penting bagi masyarakat sebagai sarana transportasi. Diketahui kendaraan sepeda motor banyak diminati oleh masyarakat dikarenakan efisien dan praktis, oleh karenanya pemilihan kendaraan sepeda motor telah dijadikan opsi kendaraan pribadi yang dapat menunjang mobilitas yang tinggi sehingga terjadi peningkatan kepemilikan kendaraan sepeda motor (Wijayanti, 2017). Banyaknya jumlah kepemilikan sepeda motor akan menjadi tantangan besar untuk negara berkembang. Ketersediaan sepeda motor akan memengaruhi beberapa keputusan individu terkait lokasi perumahan, tujuan perjalanan dan lokasi tempat tinggal (Kresnanto, 2019). Maka berikut data yang dapat membuktikan banyaknya jumlah kendaraan sepeda motor:

Tabel 1.1
Jumlah Data Kendaraan Sepeda Motor di Sidoarjo

Tahun	Jumlah Sepeda Motor
2018	1,413,942
2019	1,509,222
2020	1,558,650
Total	4,481,814

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2021), menunjukkan adanya jumlah kepemilikan kendaraan sepeda motor di Sidoarjo. Pada kota Sidoarjo terdapat jumlah kepemilikan kendaraan sepeda motor

mengalami peningkatan sebanyak 144,708 unit sejak tahun 2018 hingga 2020, dengan total sebanyak 4,481,814 unit. Jumlah kendaraan sepeda motor pada tabel 1.1, menunjukkan bahwa perkembangan pengguna kendaraan sepeda motor tidak sedikit, sepeda motor dapat dikategorikan sebagai sarana transportasi favorit di Indonesia (Finaka *et al.*,2023).

Menurut Dinanjaya (2019) saat ini Honda memiliki keunggulan tinggi dalam alat transportasi kendaraan sepeda motor. Selain itu menurut Andrianto (2022) sepanjang tahun 2021, Honda menjadi merek sepeda motor paling laku, dan menjadi merek motor sejuta umat. Berikut persentase keunggulan jumlah kendaraan sepeda motor Honda dapat dibuktikan melalui tabel di bawah ini :

Tabel 1.2
Jumlah Persentase Kompetitor Sepeda Motor Honda Sidoarjo 2019-2022

Tahun	Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki
2019	12%	3%	1%	3%
2020	13%	4%	1%	3%
2021	14%	6%	2%	6%
2022	15%	8%	4%	8%
Total	54%	21%	7%	20%

Sumber: *trends.google.co.id* (2024).

Tabel 1.2, menurut *trends.google.co.id* (2024) menunjukkan bahwa Honda unggul dalam memenangkan hati konsumen sepeda motor dengan besarnya hasil persentase dibandingkan kompetitornya, yakni dengan total 54%. Menurut Isma (2023) menyatakan bahwa untuk menjawab kebutuhan serta keinginan konsumen maka diperlukan bengkel sepeda motor, dan menurut Hitoko.co.id (2022) agar perusahaan mampu mempertahankan pasarnya, maka perlu dilakukan sebuah strategi, yakni dengan menyediakan fasilitas layanan pasca pembelian.



Fasilitas layanan pasca pembelian yang sesuai dalam penelitian ini yaitu bengkel resmi Honda yaitu *Astra Honda Authorized Service Station* atau yang lebih biasa dikenal dengan sebutan AHASS. Bengkel resmi Honda AHASS telah tersebar di beberapa kota di Jawa Timur yang dapat disajikan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Jumlah Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda Jawa Timur 2022

No	Kota	Honda
1	Surabaya	88
2	Sidoarjo	59
3	Gresik	32
4	Mojokerto	4
5	Malang	31

Sumber: mpmhondajatim.com (2022)

Tabel 1.3, menunjukkan jumlah bengkel resmi Honda di lima kota provinsi Jawa Timur. Salah satunya pada kota Sidoarjo, yang memiliki 59 bengkel resmi AHASS tersebar. Hadirnya bengkel dinilai penting sebab selain mampu meraup keuntungan, tetapi juga dinilai dapat menjamin keselamatan berkendara bagi pengguna sepeda motor (kasirpintar.co.id, 2023). Dikutip dalam astra-honda.com (2020), AHASS merupakan bagian dari perusahaan PT. Astra Honda Motor yang merupakan bengkel resmi Honda Motor.



AHASS merupakan *after sales service* yang bergerak pada bidang penjualan jasa *service* dan produk *sparepart* Honda, sehingga AHASS mengedepankan jaminan ,keamanan, dan kenyamanan dalam berkendara. Kenyamanan dan keamanan yang ditawarkan berupa pelayanan yang *responsive*, harga yang terjangkau, fasilitas ruang tunggu, serta peralatan yang modern dan lengkap (astra-honda.com, 2020). Berdasarkan Fajri (2023), fungsi dari *after sales*

service adalah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan/konsumen agar konsumen tidak beralih ke produk kompetitor. Menurut Michelle (2019) loyalitas konsumen tidak dapat muncul dengan sendirinya, maka dapat dilakukan upaya perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen melalui kualitas pelayanan, harga dan fasilitas.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal tersebut di butuhkan, sebab perusahaan berorientasi dalam bisnis pelayanan yang terus ingin mengoptimalkan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan konsumennya (Lestari, 2022). Kemudian menurut Subawa dan Sulistyawati (2020), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor utama yang dapat memberikan pengaruh pada loyalitas pelanggan, dikarenakan pelanggan yang terpuaskan akan mengalami *mood* positif yang akan menimbulkan loyalitas yang tinggi bagi perusahaan. Selanjutnya dalam menetapkan sebuah harga dikatakan salah satu faktor kunci bagi badan usaha untuk mendapatkan keuntungan, sebab harga yang tepat akan menciptakan permintaan optimal dari pihak konsumen (Hidayati, 2023). Menurut Insani dan Madiawati (2020) harga memiliki dampak terhadap loyalitas konsumen, sehingga akan menjadi sesuatu yang perlu untuk diperhatikan konsumen ketika menggunakan layanan.



Lestari (2022) menyatakan Fasilitas merupakan elemen fisik yang penting ,sebab jika fasilitas diberikan secara khusus akan berdampak langsung pada pengalaman konsumen, karena penilaian konsumen terhadap sebuah perusahaan cenderung didasarkan pada apa yang mereka peroleh dari perusahaan tersebut sehingga akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Selanjutnya menurut Sulistyorini

dan Pramudyo (2023) menyatakan faktor utama loyalitas pelanggan ialah fasilitas, yang mana fasilitas akan memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menjalankan aktifitasnya, sehingga kebutuhan akan terpenuhi. Berdasarkan pernyataan diatas, dapat di simpulkan bahwa agar perusahaan berusaha berinovasi dan mampu mempertahankan pasarnya pada fasilitas layanan pasca pembelian, yakni dengan menciptakan loyalitas konsumen yang mana akan diperlukan kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas.

Latar belakang pemilihan AHASS Gedang Motor Sidoarjo sebagai objek penelitian disebabkan karena jumlah konsumen atau *unit entry* sepeda motor Honda yang jumlahnya meningkat sejak tahun 2020, yang dapat dibuktikan melalui tabel berikut:

Tabel 1.4
Jumlah *Unit Entry* AHASS Gedang Motor

Tahun	Sepeda Motor Konsumen (<i>unit entry</i>)
2020	7,269
2021	7,283
2022	8,190
Total	22,742

Sumber: AHASS Gedang Motor 2020-2022.



Jumlah konsumen maupun *unit entry* pada tahun 2020 hingga 2022 mengalami peningkatan sebanyak 16% atau sebesar 921 unit dengan total keseluruhan sebanyak 22,742 motor Honda. Berdasarkan data tersebut maka diketahui bahwa banyak masyarakat yang menggunakan motor Honda, dengan arti dapat diketahui juga bahwa konsumen yang menggunakan jasa *service* sepeda motor Honda juga mengalami peningkatan. Jumlah konsumen yang meningkat

membuat bengkel Honda yaitu AHASS yang akan memiliki daya saing semakin ketat. AHASS Gedang Motor 00858 merupakan salah satu dari ke 59 AHASS yang berlokasi di kota Sidoarjo.

Kualitas Pelayanan, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputri (2019) membuktikan bahwa pada variabel bebas yakni Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi pada Loyalitas Pelanggan, sehingga dikatakan saling berpengaruh. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Novianto dan Akbar (2019) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan penelitian oleh Octavia (2019) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Harga dalam penelitian yang dilakukan oleh Kadis dan Sudrajat (2023) mendapat pengaruh positif atas Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan penelitian menurut Kurniawan dan Auva (2022) menyatakan Harga memberikan pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian berdasarkan penelitian oleh Aissyah *et al.*, (2022) menyatakan bahwa pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh negatif.



Fasilitas dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Listyawati (2020) dikatakan bahwa Fasilitas menunjukkan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian penelitian menurut Sulistyaningsih dan Rusdi (2022) menyatakan bahwa adanya pengaruh Fasilitas yang positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan penelitian menurut Hardati (2021) menyatakan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu/latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :
“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo”.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo ?

3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap loyalitas konsumen di AHASS Gedang Motor Sidoarjo.



1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, maka manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi sumber referensi dan memberikan pandangan atau gambaran bagi penelitian dimasa yang akan datang tentang Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan kepada pihak manajemen AHASS Gedang Motor Sidoarjo, agar dapat terus meningkatkan dan memberikan loyalitas pelanggannya melalui Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas.

