

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri otomotif adalah salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat di berbagai negara termasuk Indonesia. Perkembangan industri otomotif di Indonesia dapat dilihat dari semakin banyaknya manusia yang menggunakan alat transportasi baik itu roda dua maupun roda empat. Perusahaan yang mengikuti perkembangan ini yaitu Honda. Melihat banyaknya masyarakat yang menggunakan kendaraan, hal ini secara tidak langsung membuat konsumen membutuhkan sarana dan prasarana untuk memperbaiki kendaraannya agar selalu aman dan nyaman karena bahwasannya kondisi mobil tidak akan selamanya dalam kondisi yang optimal sehingga perlu dilakukan pemeriksaan atau perbaikan pada kendaraan. Hal ini membuat peluang bisnis yang menarik bagi penyedia jasa layanan servis baik bengkel resmi maupun non resmi sehingga berdampak pada banyaknya pelaku bisnis di bidang jasa bengkel semakin meningkat dan konsumen yang kendaraannya bermasalah akan lebih mudah dalam mencari lokasi perbaikan sehingga membuat persaingan antar bengkel semakin ketat.

Salah satu yang mengikuti persaingan itu yaitu Honda Mulia Cianjur Jawa Barat yang merupakan dealer Honda ke-125 di Indonesia dan yang ke-13 untuk wilayah Jawa Barat dan Banten. Honda Mulia Cianjur beralamat lengkap di Jl. Raya Bandung Km 3 No. 38, Desa Bojong, Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat 43281. Dealer Honda Mulia Cianjur dilengkapi

dengan fasilitas 3S, yaitu *Sales, Service, dan Spare Part* (suku cadang). Selain itu, perusahaan ini juga memiliki bengkel resmi untuk memenuhi kebutuhan perawatan dan perbaikan kendaraan pelanggan.

Mengingat banyaknya jasa layanan service di wilayah Cianjur Jawa Barat, membuat persaingan antar sesama bengkel menjadi semakin ketat, maka dari itu Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur perlu menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan mereka. Hal ini penting karena pelanggan yang merasa puas cenderung akan tetap setia, kembali membeli produk, dan menggunakan layanan yang serupa saat kebutuhan yang serupa muncul dimasa mendatang (Lupiyoadi dalam Zulfikar et al., 2024:78).

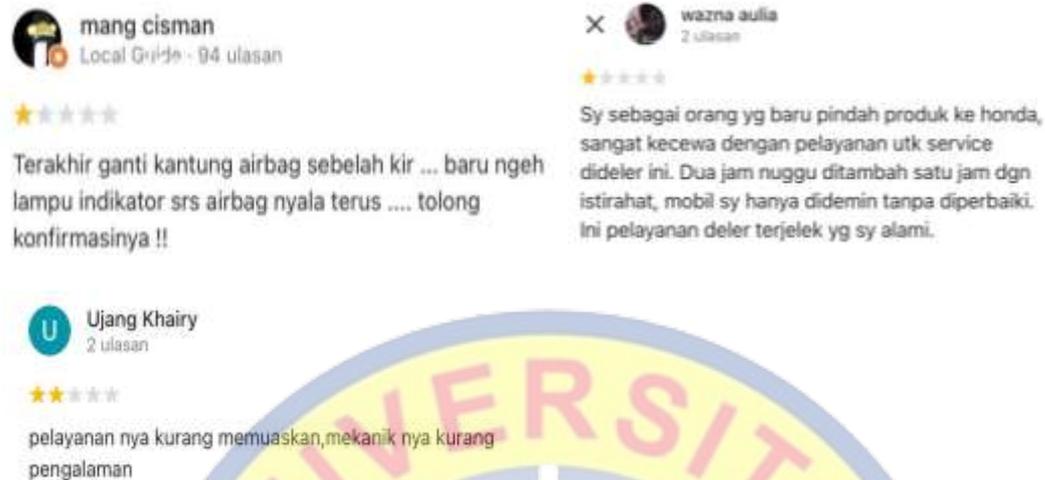
Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur juga menghadapi tantangan dengan kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan yang berbeda-beda setiap bulannya. peneliti akan menampilkan data pelanggan bengkel yang tercatat pada bulan Juli – Mei 2024.

**Tabel 1. 1**  
**Data Pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur Periode Bulan Juli-  
 Desember 2023**

Bulan	Jumlah Pelanggan	Naik/Turun	%
Juli	322	-	-
Agustus	303	-19	-0,059
September	262	-41	-0,135
Oktober	288	26	0,099
November	269	-19	-0,066
Desember	293	24	0,089
Januari	279	-14	-0,047
Februari	263	-16	-0,057
Maret	297	34	0,029
April	319	22	0,074
Mei	283	-36	-0,112

*Sumber: Honda Mulia Cianjur*

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan pengunjung Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur cenderung mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif) setiap bulannya. Hal ini menandakan bahwa adanya ketidakkonsistenan dalam jumlah pelanggan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya loyalitas pelanggan mencakup berbagai aspek seperti kualitas pelayanan yang tidak memadai dan ketidakstabilan harga. Adanya keluhan mengenai kualitas pelayanan bengkel yang kurang diketahui dari ulasan yang diberikan oleh pelanggan melalui *google maps* Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur.



**Gambar 1. 1**

### **Ulasan Pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur**

Data diatas menunjukkan adanya masalah pada kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur. Pelanggan mengungkapkan ketidakpuasan terhadap pelayanan di bengkel ini dengan beberapa keluhan utama. Mereka merasa kecewa karena harus menunggu lama sementara mobilnya didiamkan dan tidak diperbaiki, lampu indikator terus menyala setelah service kantung airbag, pelanggan juga merasa pelayanan kurang memuaskan dan mekanik yang menangani kendaraan dianggap kurang berpengalaman. Ulasan mengenai kualitas pelayanan tersebut diduga memiliki dampak terhadap menurunnya loyalitas pelanggan di bengkel. Hal ini didukung oleh Budiarno et al., (2022:227) loyalitas pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan yang didapatkan, apabila pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan sejak penggunaan pertama, hal tersebut akan berdampak signifikan pada loyalitas mereka.

Selain kualitas pelayann, faktor harga juga di duga dapat mempengaruhi turunnya loyalitas karena beberapa pelanggan mengeluhkan harga yang lebih tinggi atau tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Berikut perbandingan harga yang ditetapkan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur dengan Bengkel lain yang ada di Cianjur.

**Tabel 1. 2**  
**Perbandingan Harga Bengkel Honda Mulia Cianjur**

Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur								
Model Kendaraan	Rincian	Tipe	Perawatan Berkala					
			10,30, 50,9	20	40	60	80	100
Brio	Part & Chemical	MTAT	668	557	695	804	1.147	1.230
		CVT	668	557	1.102	804	1.554	1.652
		Jasa	372	457	710-778	541	930	1.357
Wr-v	Part & Chemical	MTAT	689	557	746	825	1.692	1.698
		CVT	689	557	1.153	825	2.099	1.698
		Jasa	486	591	718-823	676	823	1.555
Br-v	Part & Chemical	MTAT	689	557	715	826	1.692	1.698
		CVT	689	557	1.153	826	2.099	1.689
		Jasa	581	702	726-847	799	847	1.610
Bengkel Mobil Hanjaya								
Model Kendaraan	Rincian	Tipe	Perawatan Berkala					
			10,30, 50,9	20	40	60	80	100
Brio	Part & Chemical	MTAT	595	472	620	725	1.050	1.170
		CVT	597	482	630	732	1.465	1.585
		Jasa	330	405	488	512	870	1.290
Wr-v	Part & Chemical	MTAT	590	458	650	768	1.590	1.606
		CVT	600	460	710	789	1.900	1.618
		Jasa	447	560	597	615	779	1.512
Br-v	Part & Chemical	MTAT	592	466	629	730	985	1.589
		CVT	599	470	638	739	1.083	1.594
		Jasa	530	676	657	715	762	1.526

Sumber: Data diolah Penulis

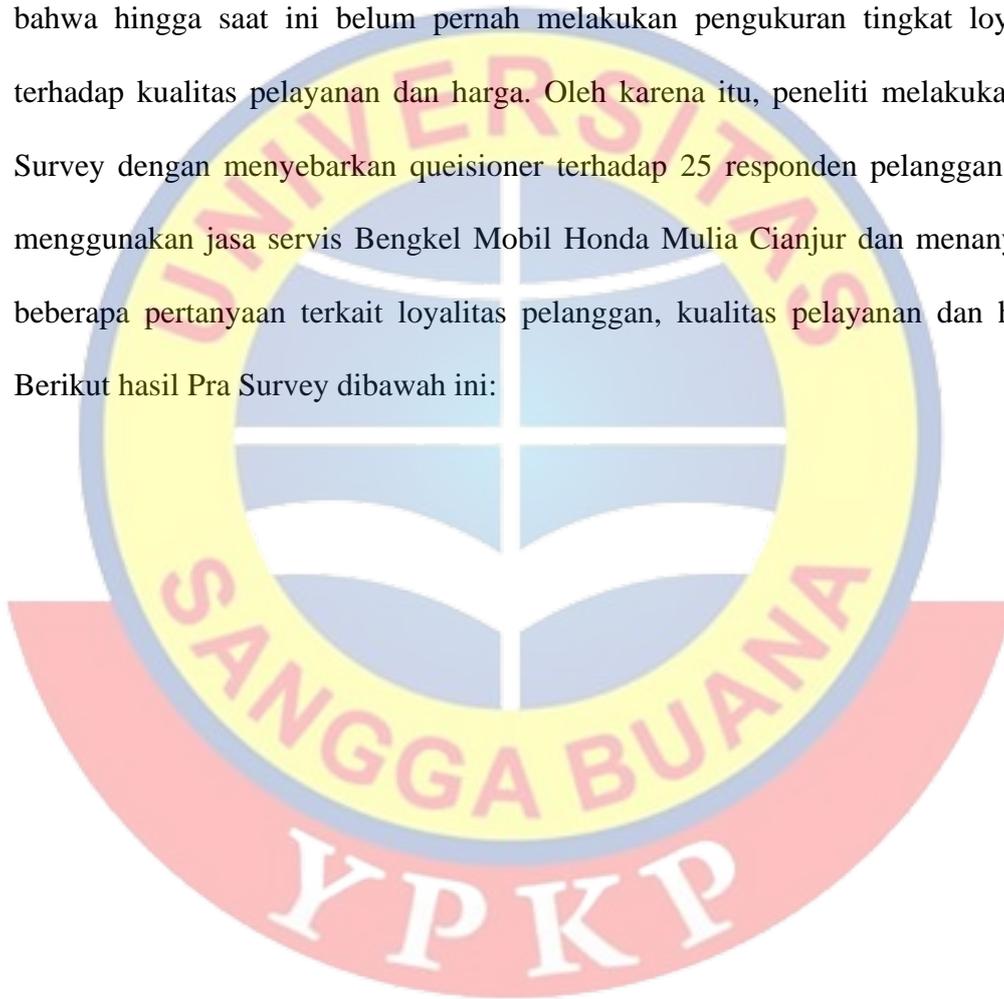
Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa memang ada perbedaan mengenai harga yang ditetapkan oleh Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur dengan Bengkel pesaing. Perbedaan harga ini diduga dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Seperti pendapat Budi & Hartiningtyas, (2024:493) Harga adalah faktor krusial yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena harga yang sesuai dengan nilai dan harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka sehingga berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan komitmen mendalam pelanggan untuk terus bertahan dan melakukan pembelian produk atau jasa yang sama secara konsisten di masa mendatang (Sasongko, 2021). Loyalitas pelanggan dapat berpengaruh besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya, karena loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kesuksesan perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Zulfikar et al., (2024:78), yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat menjamin terus tumbuh dan berkembang suatu perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Chandra et al., (2023:456) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi pada Apotek Rapha Farma. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian tersebut juga mengatakan bahwa pelayanan dan harga memainkan peranan penting dalam kepuasan pelanggan, semakin baik pelayanan yang

diberikan dan semakin kompetitif harga yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan pelanggan sehingga akan semakin tinggi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan wawancara penulis dengan manager bengkel menyatakan bahwa hingga saat ini belum pernah melakukan pengukuran tingkat loyalitas terhadap kualitas pelayanan dan harga. Oleh karena itu, peneliti melakukan Pra Survey dengan menyebarkan questionnaire terhadap 25 responden pelanggan yang menggunakan jasa servis Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur dan menanyakan beberapa pertanyaan terkait loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan harga. Berikut hasil Pra Survey dibawah ini:



**Tabel 1. 3**  
**Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				JUMLAH RESPONDEN
		YA	F	TIDAK	F	
1	Apakah Anda sering melakukan service di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur?	44	11	56	14	25
2	Apakah Anda juga membeli spare part di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur?	40	10	60	15	25
3	Apakah Anda merekomendasikan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur ke calon pelanggan lain?	38	9	62	16	25
4	Apakah Anda akan tetap setia menggunakan jasa layanan service dari Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur?	48	12	52	13	25
	RATA-RATA	43%		57%		

*Sumber: Responden Pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur*

Berdasarkan hasil pra survey pada tabel 1.3 di atas menunjukkan responden yang menjawab “YA” sebesar 43% dan “TIDAK” sebesar 57%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya tingkat loyalitas yang relatif rendah diantara responden terhadap Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur. Mengingat bahwa masih banyak pelanggan yang tidak terlalu sering servis ke bengkel, kemudian pelanggan yang tidak mau merekomendasikan bengkel ke orang terdekat atau orang lain, serta pelanggan yang belum setia dan masih menggunakan jasa layanan service di bengkel lain. Oleh karena itu, pentingnya untuk melakukan analisis lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi hasil tersebut dan mengambil tindakan yang tepat untuk mempertahankan atau meningkatkan

loyalitas pelanggan, di antaranya dengan memperhatikan faktor kualitas pelayanan dan harga.

Milawati, (2022:38) kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi keinginan konsumen dengan cara yang tepat, sehingga dapat memenuhi harapan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Artinya kualitas pelayanan tidak hanya terbatas pada aspek langsung seperti kenyamanan ruangan atau kemampuan karyawannya, tetapi juga mencakup semua elemen yang berkontribusi terhadap pelayanan tersebut.

Variabel penelitian ini mengacu pada Ngantung et al., (2022:325) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Kota Tomohon. hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome Kota Tomohon

Berdasarkan permasalahan pada kualitas pelayanan, penulis melakukan pra survey untuk memperkuat adanya masalah tersebut. Berikut hasil pra survey pada kualitas pelayanan di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur:

**Tabel 1. 4**  
**Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				JUMLAH RESPONDEN
		YA	F	TIDAK	F	
1	Apakah saudara yakin pada kualitas pelayanan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur ?	44%	11	56%	14	25
2	Apakah fasilitas yang di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur lengkap?	38%	9	62%	16	25
3	Apakah kemampuan teknis dari mekanik (on the spot) Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur dapat diandalkan?	48%	12	52%	13	25
4	Apakah Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang dijanjikan?	40%	10	60%	15	25
5	Apakah karyawan di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur ramah dalam melayani pelanggan?	48%	12	52%	13	25
	RATA-RATA	44%		56%		

*Sumber: Responden Pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur*

Tabel 1.4 diatas menunjukkan responden yang menjawab rata-rata “YA” sebesar 44% dan “TIDAK” 56%. Hal ini menunjukkan bahwa pelan loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur masih sangat rendah, dan karyawan bengkel belum memenuhi harapan pelanggan yang melakukan servis di Bengel Honda Mulia Cianjur. Maka dari itu, bengkel mobil honda mulia cianjur perlu meningkatkan kinerja karyawannya dengan melakukan evaluasi dan monitoring yang baik. Hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkualitas loyalitas pelanggan.

Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur berdasarkan jumlah uang yang dibayar oleh pembeli untuk memperoleh kombinasi barang, jasa, dan pelayanannya (Indrasari, 2019:36). Artinya harga bukan hanya sekedar angka atau biaya, melainkan sebuah faktor yang dapat memberikan nilai penting bagi pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Hidayati & Suryati, (2024:43) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Jhee Parfume Reffil di Wonogiri. Hasilnya ini mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Toko Jhee Parfume Reffil di Wonogiri. Selain itu, penelitian ini juga mengatakan bahwa harga merupakan faktor penting dalam menarik minat pelanggan. Jika harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi, pelanggan akan menilai bahwa harga tersebut sebanding dengan nilai produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang bijak dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik pelanggan, serta meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Berdasarkan permasalahan pada harga, penulis melakukan pra survey untuk memperkuat adanya masalah tersebut. Berikut hasil pra survey mengenai harga di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur:

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

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				JUMLAH RESPONDEN
		YA	F	TIDAK	F	
1	Apakah biaya service di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur mampu bersaing dengan bengkel lain?	42%	10	58%	14	25
2	Apakah biaya servis Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur terjangkau oleh penghasilan saudara?	48%	12	52%	13	25
3	Apakah biaya spare part Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur terjangkau oleh penghasilan saudara?	44%	11	56%	14	25
4	Apakah biaya service yang dikeluarkan di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur sesuai dengan harapan saudara?	48%	12	52%	13	25
	RATA-RATA	45%		55%		

*Sumber: Responden Pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur*

Berdasarkan tabel 1.5 diatas menunjukkan responden yang menjawab rata-rata “YA” sebesar 45% dan “TIDAK” sebesar 55%. Hal ini menunjukan bahwa terdapat ketidakpuasan pelanggan terkait harga di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur, harga dikenakan tampaknya tidak memenuhi harapan atau kemampuan pelanggan. Oleh karena itu, bengkel mungkin perlu meninjau kembali kebijakan harga mereka dan memastikan bahwa biaya yang dikenakan sebanding dengan kualitas pelayanan yang diberikan, harga sesuai dan wajar dengan nilai yang ditawarkan oleh suatu layanan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, terutama bagi pelanggan sensitif terhadap harga.

Berdasarkan uraian fenomena dan hasil pra survey di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Bengkel Honda Mulia Cianjur)”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas dan hasil pra survey yang telah peneliti lakukan, Pelanggan yang masih beralih ke bengkel lain (belum setia).

1. Terjadinya kenaikan dan penurunan pelanggan setiap bulannya diakibatkan ketidakkonsistenan dari pelanggannya.
2. Menurunnya loyalitas pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur diakibatkan kualitas pelayanan yang kurang baik dan harga yang tidak kompetitif.
3. Kurangnya kelengkapan/fasilitas yang disediakan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
4. Ketidaktepatan waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
5. Harga spare part yang tidak terjangkau bagi sebagian pelanggan.
6. Kurang memberikan potongan harga kepada pelanggan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas dan hasil pra survey yang telah peneliti lakukan, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independen*) yang diteliti kualitas pelayanan dan harga, variabel terikat (*dependen*) loyalitas pelanggan
2. Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
3. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan kuantitatif
4. Waktu penelitian dari bulan Maret-Agustus 2024

#### **1.4 Rumusan masalah**

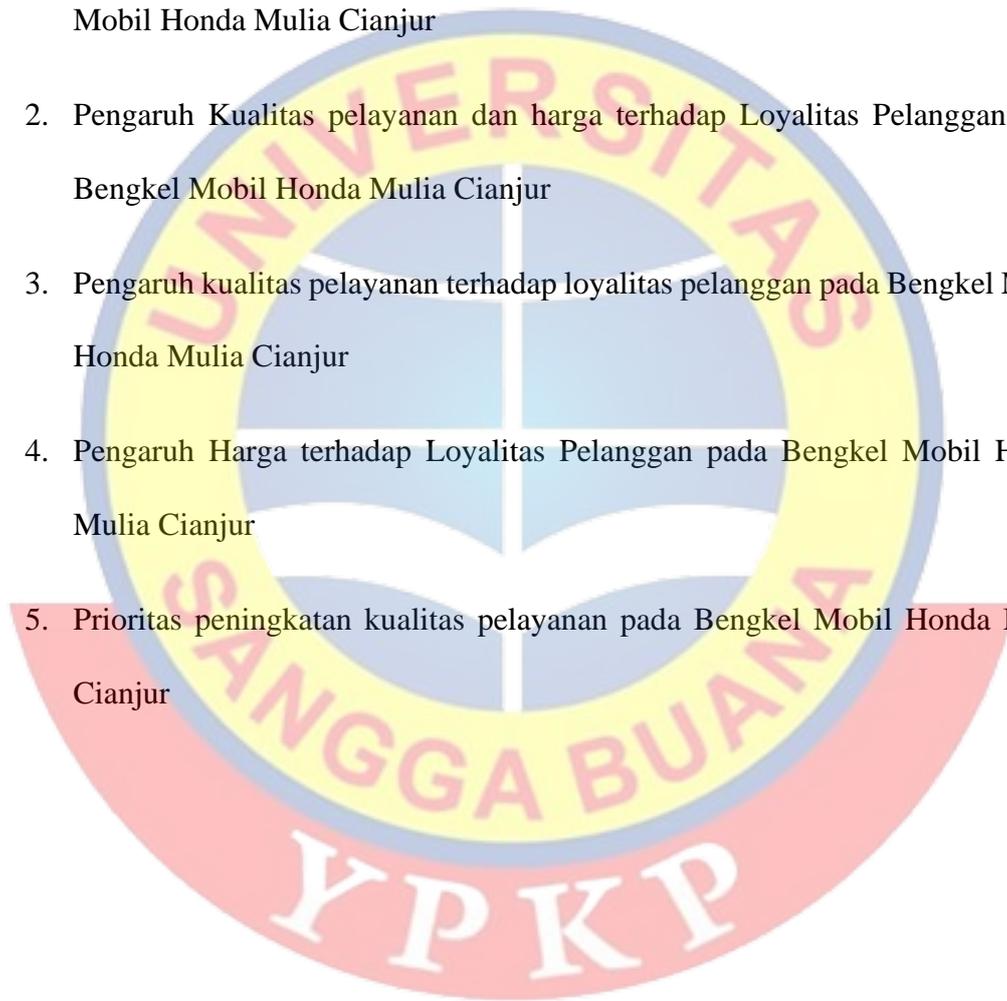
Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dijelaskan diatas, permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan, Harga, dan Loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
4. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
5. Apa prioritas peningkatan kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis:

1. Kondisi Kualitas Pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
2. Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
4. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur
5. Prioritas peningkatan kualitas pelayanan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur



## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Harapan dari hasil penelitian ini adalah bahwa temuan dihasilkan akan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi peneliti, mahasiswa, praktisi, dan pihak lainnya. Penelitian ini membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang manajemen pemasaran dalam pemahaman mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan adanya penelitian ini, teori-teori yang ada dalam domain ini dapat diperbarui dan diperkuat dengan temuan-temuan baru. Ini esensial untuk memastikan bahwa penelitian ini di masa depan dapat memanfaatkan pondasi yang kuat untuk menjelajahi lebih dalam dimanika loyalitas pelanggan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi perusahaan**

Penelitian ini dapat membantu Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur untuk memahami dengan lebih baik apa yang membuat pelanggan puas dan tidak puasnya layanan dan harga yang mereka berikan. Mereka dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan dalam mengelola Perusahaan mereka. Informasi ini akan membantu mereka untuk membuat Keputusan yang lebih terinformasi terkait dengan strategi pemasaran, penetapan harga, dan Langkah-langkah yang lebih cerdas dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan.

## 2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi maupun referensi di perpustakaan Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

## 3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sebagai referensi maupun bhaan kajian bagi peneltian selanjutnya. Khususnya terkait penelitian kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur.

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### a. Lokasi

Penelitian dilakukan dengan objek observasi pada pelanggan Bengkel Mobil Honda Mulia Cianjur.

#### b. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret-Agustus 2024

**Tabel 1. 6**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan Penelitian	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan judul						
2	Perizinan Penelitian						
3	Penyusunan BAB I						
4	Penyusunan BAB II						
5	Penyusunan BAB III						
6	Sidang UP						
7	Penyebaran Kuesioner						
8	Penyusunan BAB IV						
9	Penyusunan BAB V						
10	Sidang Akhir						

Sumber: Data diolah Penulis