

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin pesat dan diwarnai dengan berbagai macam persaingan. Persaingan ini menyebabkan para pebisnis dituntut semakin baik kinerjanya dan memiliki produktifitas yang tinggi. Selain itu, perkembangan teknologi yang makin pesat juga membuat pelaku bisnis dituntut untuk semakin kreatif, inovatif dan mampu mengikuti perkembangan yang ada agar tidak kalah bersaing.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sesuai dengan perilaku pembelian.

Persaingan di dunia usaha pada era globalisasi ini semakin ketat dari waktu ke waktu, baik pada skala kecil maupun skala yang cukup besar. Dalam hal ini pelaku usaha dituntut untuk bersaing dalam berbagai aspek. Salah satunya antara lain dalam hal kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, harga dan lokasi yang paling tepat atau strategis.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Menurut Hanif (2001) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu lokasi usaha yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses. Oleh karena itu, penyedia jasa

harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. Rahajani (2005) yang meneliti pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar swalayan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar swalayan. Hasil penelitian ini didukung juga penelitian dari Isworo dalam (Santoso dan Widowati, 2011) yang menghasilkan penelitian bahwa lokasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen. Dapat disimpulkan, pada lokasi yang tepat, kemungkinan tingkat kesuksesan dari sebuah bengkel semakin besar dibanding bengkel lainnya yang berlokasi kurang strategis.

Selain lokasi, harga yang bersaing atau cenderung lebih murah juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Engel (2004) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Penetapan harga merupakan hal yang paling krusial dan sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran. Harga cukup mempengaruhi bahkan sangat mempengaruhi keputusan konsumen membeli barang atau menggunakan jasa.

Kualitas pelayanan juga sangat penting bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan Tjiptono dan Chandra (2011). Kualitas jasa sangat berbeda dengan kualitas produk atau barang, yang mana kita ketahui kualitas produk dapat distandardisasikan dan juga jelas karena dapat di raba, dilihat, dirasakan keberadaanya. Namun berbeda dengan jasa karena jasa

adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Pelanggan dalam memutuskan untuk menggunakan jasa pada suatu usaha tidak selalu menggunakan pemikiran yang logis, pelanggan menggunakan jasa bukan sekedar untuk mendapatkan fungsi utamanya, tetapi juga untuk mendapatkan nilai sosial dan emosionalnya. Saat ini semua industri yang bergerak di bidang jasa harus memperhatikan segi pelayanan mereka. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa.

Salah satu dunia usaha yang berkembang saat ini adalah dalam usaha jasa perbengkelan. Seiring dengan selalu meningkatnya jumlah produksi sepeda motor menyebabkan jasa perkengkelanpun semakin dibutuhkan Hal ini sangat dipengaruhi jumlah sepeda motor dari tahun ke tahun terus bertambah tersebut. Bengkel-bengkel sepeda motor saat ini tetap ramai pengunjung meskipun dengan keadaan persaingan yang ketat. Banyaknya jumlah pengendara sepeda motor menjadi salah satu penyebabnya. Bengkel dengan lokasi yang tepat serta kelengkapan fasilitas, harga dan kualitas pelayanan yang terbaiklah yang paling ramai dan memiliki pelanggan tetap. Hal ini mencakup kenyamanan, harga atau biaya yang bersaing serta fasilitas bengkel yang lengkap seperti sarana penunjang yang lengkap serta peralatan dan perlengkapan yang canggih (*factory look*) sesuai standar serta yang memperkerjakan mekanik-mekanik yang mempunyai skill dan kemampuan yang baik tentang sepeda motor (sumber : <http://m.astra-honda.com/> , diakses 1 Mei 2013).

Saat ini keberadaan bengkel sepeda motor sudah semakin mudah kita jumpai, terutama bengkel-bengkel resmi dari pabrikan sepeda motor yang sudah cukup kita kenal seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Diantara kelima

pabrik motor tersebut, bengkel resminya yang paling banyak dijumpai saat ini adalah bengkel resmi dari sepeda motor Honda yakni yang berlogo AHASS. Bengkel resmi sepeda motor Honda yakni AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) tersebar di berbagai daerah di Indonesia yang dipilih sesuai dengan jumlah penyebaran sepeda motor Honda dan kebutuhan akan perlunya layanan purna jual yang baik. Tentunya, jumlah AHASS yang banyak juga ditunjang oleh kualitas yang baik, yaitu melalui klasifikasi bintang, kemampuan mekanik yang handal, peralatan dan perlengkapan yang canggih (*factory look*) serta kesadaran akan pentingnya pemeliharaan lingkungan dengan tetap menjaga kebersihan ruang kerja(sumber : <http://m.astra-honda.com/> , diakses 1 Mei 2013)..

AHASS 8689 CV. Laris Motor adalah salah satu bengkel resmi sepeda motor Honda yang berlokasi di Jl. Dr. Sutomo no.61 Padang. Seperti halnya bengkel-bengkel AHASS lainnya, AHASS 8689 ini juga memberikan pelayanan purna jual bagi pengguna sepeda motor Honda yang serta menyediakan jasa servis dan perbaikan sepeda motor dan menjual segala sparepart sepeda motor dan aksesorisnya. Dimana bengkel ini mempekerjakan lebih dari lima orang mekanik yang telah memiliki sertifikat di bidangnya. Selain itu fasilitas yang ada di bengkel ini sudah cukup lengkap serta ditunjang dengan pelayanan yang baik dari karyawannya.

Keputusan untuk menggunakan jasa pada suatu bengkel adalah jawaban dari masalah kebutuhan yang dirasakan pengguna sepeda motor pada saat ini. Seiring dengan jumlah bengkel sepeda motor di kota Padang yang semakin meningkat. Mereka membutuhkan bengkel-bengkel tersebut yang sebagai manifestasi dari kepedulian mereka terhadap kendaraannya. Para pemilik sepeda

motor harus merawat kendaraannya secara berkala serta perbaikan atas segala kerusakan yang terjadi. Maka dari itu mereka harus memilih bengkel motor mana yang baik untuk kendaraannya dan dirinya.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Menggunakan Jasa Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda (Studi Pada Pengguna Jasa Bengkel AHASS 8689 CV. Laris Motor Padang)”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi pada keputusan konsumen menggunakan jasa bengkel AHASS 8689 ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga pada keputusan konsumen menggunakan jasa bengkel AHASS 8689 ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan pada keputusan konsumen menggunakan jasa bengkel AHASS 8689 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi pada keputusan menggunakan jasa bengkel AHASS 8689.

2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap pada keputusan menggunakan jasa bengkel AHASS 8689.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada keputusan menggunakan jasa bengkel AHASS 8689.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran , khususnya mengenai pemasaran dibidang jasa, serta dapat membandingkan teori-teori yang di dapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya di dalam perusahaan serta sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi atau masukan bagi bengkel AHASS 8689, bengkel AHASS lain ataupun bengkel-bengkel sejenis yang diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan usaha ke depannya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian yang penulis lakukan ini terdiri dari bab-bab dan sub-sub bab yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya yang terdiri dari :

**BAB I PENDAHULUAN.** Merupakan bab yang berisikan tentang latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan dan manfaat serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN LITERATUR.** Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini seperti tentang lokasi, harga dan kualitas pelayanan serta berbagai teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, bab ini juga berisikan tinjauan penelitian terdahulu dan ditutup dengan sebuah hipotesis.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN.** Dalam bab ini akan dibahas tentang objek penelitian, jenis dan data dan sumber data dan teknik analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.** merupakan bab yang akan menjelaskan tentang karakteristik responden atau profil responden yang dijadikan sample, analisis hasil pengujian hipotesis dan pembahasan terhadap hasil pengujian hipotesis.

**BAB V PENUTUP.** bab ini merupakan bab penutup dari penelitian yang membahas tentang kesimpulan dari hasil yang ditemukan dalam penelitian ini, keterbatasan penelitian dan saran-saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.