

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era moderanisasi ini sulit rasanya masyarakat beraktivitas tanpa menggunakan sarana transportasi, baik sarana transportasi umum maupun pribadi. Dikarenakan transportasi umum maupun pribadi sangat mempermudah jalannya aktivitas masyarakat sehari-harinya. Banyak hal yang menyebabkan itu terjadi, seperti jarak perjalanan yang jauh yang tidak memungkinkan bila perjalanan tersebut dilakukan dengan berjalan kaki, maupun faktor cuaca yang tidak dapat diprediksi setiap harinya.

Zaman sekarang masyarakat lebih cenderung untuk menggunakan sarana transportasi pribadi seperti mobil dikarenakan, hal itu lebih efektif dan efisien dalam menjalani setiap aktivitas sehari-hari dalam kegiatan bekerja maupun berpergian bersama keluarga. Masyarakat tidak perlu untuk mengantri dan dapat menyesuaikan waktu dalam menggunakan sarana transportasi pribadi. Dengan adanya paradigma tersebut akhirnya banyak masyarakat membeli kendaraan pribadi seperti mobil.

Dengan meningkatnya masyarakat yang mampu membeli kendaraan pribadi seperti mobil, maka masyarakat yang membeli kendaraan mobil tersebut harus memperhatikan servis berkala pada kendaraan yang mereka miliki. Tujuan servis berkala yaitu untuk mengoptimalkan performa kendaraan agar tidak mengalami kendala-kendala disaat pemakaiannya.

Masih banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui pentingnya melakukan kegiatan servis berkala pada bengkel resmi. Banyaknya yang melakukan kegiatan servis berkala diluar bengkel resmi karena berasumsi bengkel biasa lebih murah dari pada bengkel resmi. Padahal melakukan kegiatan servis diluar bengkel resmi mempunyai tingkat resiko yang tinggi seperti, kurangnya pemahaman mekanik dalam memperbaiki sebuah mesin, alat-alat yang digunakan belum sesuai dengan mesin kendaraan yang sedang diservis, dan dapat menghilangkan asuransi resmi apabila melakukan kegiatan servis selain dibengkel resmi.

**Tabel 1.1**  
**Unit Entri Kendaraan 2018-2019 PT. Astra International Daihatsu**  
**Tbk. Cibereum Bandung**

<b>Bulan</b>	<b>Target</b>	<b>Actual</b>	<b>Presentase%</b>
<b>Januari</b>	<b>1.084</b>	<b>1.041</b>	<b>96%</b>
<b>Febuari</b>	<b>909</b>	<b>921</b>	<b>101%</b>
<b>Maret</b>	<b>1.036</b>	<b>1.041</b>	<b>100%</b>
<b>April</b>	<b>999</b>	<b>1.011</b>	<b>101%</b>
<b>Mei</b>	<b>1.115</b>	<b>1.049</b>	<b>94%</b>
<b>Juni</b>	<b>915</b>	<b>1.037</b>	<b>113%</b>
<b>Juli</b>	<b>1.094</b>	<b>1.039</b>	<b>95%</b>
<b>Agustus</b>	<b>1.046</b>	<b>924</b>	<b>88%</b>
<b>September</b>	<b>976</b>	<b>899</b>	<b>92%</b>
<b>Oktober</b>	<b>1.155</b>	<b>962</b>	<b>83%</b>
<b>November</b>	<b>1.051</b>	<b>895</b>	<b>85%</b>
<b>Desember</b>	<b>1.054</b>	<b>1.135</b>	<b>108%</b>
<b>Januari</b>	<b>1.062</b>	<b>940</b>	<b>89%</b>
<b>Febuari</b>	<b>921</b>	<b>819</b>	<b>89%</b>
<b>Maret</b>	<b>1.018</b>	<b>952</b>	<b>94%</b>
<b>April</b>	<b>972</b>	<b>982</b>	<b>101%</b>
<b>Mei</b>	<b>1.348</b>	<b>1.260</b>	<b>92%</b>

Dari tabel 1.1 tersebut, dapat dilihat adanya kenaikan dan penurunan jumlah unit kendaraan yang masuk dari bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Mei 2019 pada bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung. Bengkel-bengkel resmi seperti PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung akhirnya dituntut untuk melakukan perubahan dan inovasi agar terjadinya peningkatan volume kendaraan yang servis dibengkel resmi. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dapat menciptakan reputasi dan rasa puas konsumen atas produk atau jasa yang telah diberikan oleh bengkel resmi.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan berbisnis. Jika konsumen merasa puas atas sebuah produk atau jasa, maka akan berdampak positif terhadap pertumbuhan penjualan jangka waktu kedepannya. Jika sebuah produk atau jasa yang dijual jauh dari harapan, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika sebuah produk atau jasa sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi tidak atau puasnya seorang konsumen seperti, harga dan kualitas pelayanan.

Harga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, jika harga terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan kepuasan konsumen, jika keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi melalui pelayanan karyawan yang cepat dan tanggap terhadap konsumen, respon dan komunikasi karyawan terhadap konsumen maka konsumen akan merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Konsumen yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Dari permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT.Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra International Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra international Daihatsu Tbk. Cibereum Bandung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi bagi pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat bagi perusahaan  
Dari hasil penelitian ini mungkin dapat menjadi bahan masukan untuk perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
2. Manfaat bagi Universitas  
Sebagai bahan referensi dimasa yang akan datang untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut sesuai dengan variabel yang telah diteliti pada saat ini.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penilitian ini adalah penulis membatasi masalah apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsmuen, apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel resmi PT. Astra Daihatsu Cibereum Bandung.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memahami penulisan penelitian ini, sistematika penulisan dilakukan dengan menjelaskan secara rinci keseluruhan bab yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan terdiri dari enam sub bab yaitu latar belakang, perumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab tinjauan pustaka terdiri dari empat sub bab yang terdiri dari beberapa literatur mulai dari landasan teori dari variabel-variabel, penelitian terdahulu, kerangka teoritikal dan hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab metodologi penelitian secara garis besar berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data dan cara pengambilan sampel, metode analisis data, dan teknik pengolahan data yang digunakan

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab analisis dan pembahasan ini diuraikan analisis data dan hasil pengujian hipotesis dengan beberapa uji yang telah dilakukan dalam penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial, serta saran saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.