

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan pertumbuhan ilmu pengetahuan serta teknologi yang canggih, fasilitas transportasi serta komunikasi juga menjadi mudah sehingga membuat manusia terus menjadi cepat serta instan. Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial yang terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu dengan menghasilkan berbagai inovasi baru dari ide yang dihasilkan secara kreatif. Menurut Alles (2015) inovasi merupakan sebuah terobosan baru yang mampu menciptakan perubahan secara signifikan terhadap dunia industri ataupun kehidupan manusia, dimana dengan adanya suatu inovasi selain memecahkan masalah yang dihadapi, juga memberikan nilai baru sebagai peluang untuk meningkatkan taraf hidup manusia.

Di masa modern saat sekarang ini manusia memanfaatkan alat transportasi dalam melaksanakan kegiatan sehari – hari terutama di Indonesia. Masyarakat menggunakan alat transportasi untuk menunjang aktifitas sehari-hari seperti ke kantor, ke sekolah, ke kampus, dan untuk aktifitas lainnya. Sarana transportasi yang banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat yaitu sepeda motor. Dengan kepadatan aktivitas masyarakat di Indonesia, sepeda motor solusi untuk masyarakat yang ingin sampai ditempat yang dituju dengan cepat.

Sepeda motor merupakan sarana transportasi yang mampu mempermudah masyarakat dalam melaksanakan kegiatan sehari – hari. Banyaknya sepeda motor terjual menunjukkan sikap konsumtif masyarakat terhadap alat transportasi. Oleh sebab itu banyak produsen otomotif dunia memandang Indonesia sebagai negara dengan potensi pasar yang besar, akibatnya banyak produsen otomotif terkemuka dunia memasuki pasar Indonesia. Setiap produsen menawarkan berbagai produk mereka dengan menyesuaikan daya beli masyarakat di Indonesia. Beberapa produsen automotif terkenal dunia menjadi Indonesia sebagai pasar utama mereka yaitu Honda, Suzuki, Yamaha, Kawasaki dan berbagai merek produsen automotif terkenal lainnya. Terus meningkatnya jumlah produsen automotif yang memasuki

pasar Indonesia mendorong meningkat peta persaingan. masing masing merek berusaha untuk menciptakan keunggulan masing masing untuk memikat konsumen. Tingginya tingkat persaingan bisnis bidang automotive merupakan sebuah hal yang menguntungkan bagi konsumen, mereka dipastikan akan lebih selektif membeli merek produk automotif yang mereka inginkan. Konsumen dipastikan akan membeli merek produk yang menurut mereka berkualitas dan sesuai dengan anggaran yang dimiliki.

Salah satu produsen automotif asal Jepang yang menjadikan Indonesia pada umumnya dan Sumatera Barat pada khususnya sebagai pasar sasaran mereka adalah Honda. Untuk wilayah Sumatera Barat distributor penjualan dan bengkel *service* resmi Honda untuk jenis kendaraan roda dua dipegang oleh PT Hayati Padang yang berlokasi di Jalan Raya Siteba Padang. Menyadari ketatnya persaingan bisnis yang terjadi saat ini PT Hayati Padang memberikan layanan purna jual kepada konsumen yang membeli sepeda motor merek Honda dengan berbagai tipe, dan memberikan layanan umum kepada konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda. Hal tersebut dilakukan oleh PT Hayati untuk meningkatkan loyalitas konsumen di Kota Padang pada sepeda motor merek Honda.

Untuk lebih jelasnya, angka penjualan sepeda motor merk Honda masih menjadi yang tertinggi sampai saat sekarang ini. Tercatat selama tahun 2021-2025 motor merk Honda mengalami peningkatan penjualannya di Indonesia. Berikut ini data AISI penjualan dari tahun 2021-2025 dari beberapa merek sepeda motor, di bawah ini:

**Tabel 1. 1**

**Data AISI Penjualan pada tahun 2021-2025:**

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	Tvs
2021 (Unit)	3.928.788	1.063.866	18.380	43.540	2.942
2022 (Unit)	3.994.851	1.162.000	18.380	43.540	2.942

2023 (Unit)	4.125.226	1.073.034	10.011	22.990	6.715
2024 (Unit)	4.937.400	1.036.854	14.040	50.666	3.799
2025 (Unit)	4.736.871	1.190.168	12.113	47.606	4.760

Sumber : AISI (Asosiasi Sepeda Motor Indonesia)

Pada 1.1 tabel diatas sesuai dengan data dari AISI (Asosiasi Sepeda Motor Indonesia) dapat disimpulkan bahwa di Indonesia merk motor yang tingkat penjualannya paling tinggi dan paling di minati oleh masyarakat dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2025 yaitu motor merk Honda.

Di Indonesia sendiri dengan pengguna sepeda motor yang banyak, keberadaan bengkel pastinya akan sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk perawatan sepeda motornya. Terbukti dengan perkembangan bengkel resmi maupun bengkel perorangan dari tahun ke tahun terus meningkat termasuk di Kota Padang yang pada saat sekarang ini banyak sekali dijumpai bengkel motor. Salah satunya yaitu Bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri Padang.

Bengkel resmi Honda yang dikelola PT Hayati Padang beroperasi dari jam 08.00 WIB Pagi hingga pukul 16.00 WIB, namun yang menjadi persoalan utama dari Bengkel *Service* Honda yang dikelola oleh PT Hayati adalah mulai menurunnya jumlah konsumen yang menggunakan layanan bengkel *service* resmi Honda seperti terlihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Konsumen Bengkel Service Resmi Honda**  
**PT Hayati Kota Padang Januari 2024 – Desember 2024**

Bulan	Jumlah	Pertumbuhan
Januari	1.425	
Februari	1.487	4.35
Maret	1.501	0.94

April	1.537	2.40
Mei	1.378	-10.34
Juni	1.311	-4.86
Juli	1.294	-1.30
Agustus	1.178	-8.96
September	1.143	-2.97
Oktober	1.220	6.74
November	1.218	-0.16
Desember	1.174	-3.61

---

*Sumber: HRD PT Hayati (2025)*

Pada Tabel 1.2 di atas terlihat jumlah konsumen yang berkunjung ke bengkel resmi Honda PT Hayati Padang terus mengalami penurunan, yang terjadi dari Bulan Mei 2024 sampai dengan Desember. Dari data terlihat pada bulan Mei terjadi penurunan jumlah konsumen yang menggunakan layanan bengkel *service* Honda, jumlah konsumen yang tercatat di bulan tersebut berjumlah 1.378 orang menurun 10% di bandingkan bulan April 2024 yaitu sebanyak 1.537 orang. Penurunan terus terjadi hingga Desember 2024 yang, dimana jumlah konsumen yang menggunakan layanan bengkel *service* Honda di bulan tersebut berjumlah 1.174 orang atau mengalami penurunan sebanyak 3.61% dibandingkan bulan November di tahun yang sama yaitu sebanyak 1.218 konsumen. Fenomena diatas mengisyaratkan sudah mulai menurunnya loyalitas konsumen pengguna sepeda motor Honda dengan berbagai tipe, untuk menggunakan layanan bengkel *service* resmi Honda, jika permasalahan tersebut terus di biarkan maka akan mempengaruhi eksistensi bengkel *service* Honda di Kota Padang, oleh sebab itu fenomena diatas menjadi motivasi bagi peneliti untuk meneliti sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen di Kota Padang untuk menggunakan layanan bengkel *service* resmi Honda PT Hayati Padang.

Terus menurunnya konsumen yang menggunakan layanan bengkel *service* Honda PT Hayati diduga disebabkan karena telah banyaknya bengkel eceran yang menawarkan pelayanan yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau. Berkurangnya loyalitas konsumen di Kota Padang untuk menggunakan layanan bengkel *service* Honda PT Hayati Padang juga diperkuat dengan adanya pra survei yang peneliti lakukan kepada 30 orang konsumen bengkel *service* Honda PT Hayati

Padang yang dipilih secara random. Hasil pra survei yang diperoleh terlihat pada Tabel 2 berikut:

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survei Untuk Mengetahui Loyalitas Konsumen di Kota Padang**  
**Menggunakan Layanan Bengkel Service Honda PT Hayati**

Pernyataan	Iya	%	Tidak	%
Saya akan selalu menggunakan layanan Bengkel <i>Service</i> Honda PT Hayati Padang	11	36.67	19	63.33
Saya merasa layanan Bengkel <i>Service</i> Honda PT Hayati Padang adalah yang terbaik	2	6.67	28	93.33
Saya merekomendasikan kepada orang-orang terdekat untuk menggunakan layanan bengkel <i>service</i> Honda PT Hayati Padang	4	14.29	24	85.71
Saya akan terus menggunakan layanan bengkel <i>service</i> Honda PT Hayati Padang	3	10.00	27	90.00

*Sumber: Hasil Pra Survei (2025)*

Hasil pra survei menunjukkan sebanyak 28 orang atau 93.33% responden merasa layanan bengkel *service* resmi Honda PT Hayati Padang bukanlah yang terbaik, pada umumnya konsumen menyatakan mereka harus menunggu lama untuk mendapatkan layanan, selain itu 27 orang atau 90% dari total responden juga menyatakan enggan untuk terus menggunakan layanan bengkel *service* resmi Honda PT Hayati Padang. Hasil pra survei yang diperoleh menunjukkan tingkat komitmen atau loyalitas yang dimiliki konsumen pengguna sepeda motor merek Honda untuk menggunakan layanan bengkel resmi Honda yang dikelola oleh PT Hayati Padang sudah sangat rendah. Hal tersebut tentu menjadi sebuah permasalahan yang harus di tindak lanjuti oleh manajemen, permasalahan diatas juga memotivasi peneliti untuk mencoba melakukan penelitian tentang adanya sejumlah faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menggunakan layanan bengkel resmi Honda PT Hayati Padang. Menurut Kotler et al., (2019) mengungkapkan loyalitas konsumen terbentuk karena sebuah proses, loyalitas yang dimiliki konsumen cenderung mengalami perubahan karena adanya sejumlah variabel yang mempengaruhinya di antaranya kualitas pelayanan, pengalaman

konsumen dan kepuasan yang mereka rasakan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Sofia et al., (2022); Suci hati & Suharti ni (2022) menyatakan loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, pengalaman dan kepuasan dalam menggunakan layanan sebuah jasa. Loyalitas yang terbentuk sangat rentan untuk berubah dan hanya bersifat sementara waktu. Oleh sebab itu penting bagi peneliti untuk mencoba mencari cara atau solusi untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa khususnya dalam menggunakan layanan bengkel *service* Honda PT Hayati Padang.

Suntoro & Silintowe (2020) menyatakan salah satu alasan setiap konsumen untuk menggunakan sebuah jasa adalah kenyamanan (*consumer convenience*). Kenyamanan merupakan perasaan senang, tenang dan jauh dari rasa khawatir dan takut, karena segala sesuatu yang diinginkan mampu diwujudkan setelah menggunakan sebuah jasa. Sejumlah hasil penelitian yang membahas adanya pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas konsumen telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, seperti hasil penelitian Afsyah & Santosa (2022) menemukan kenyamanan yang dirasakan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan sebuah merek jasa. Hal yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh Rahmani (2022) menyatakan kenyamanan akan memperkuat komitmen seseorang untuk terus menggunakan sebuah merek produk atau jasa, selanjutnya hasil penelitian Putra et al., (2022) menemukan kenyamanan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan sebuah merek jasa tertentu.

Selain kenyamanan, penentuan lokasi juga mempengaruhi loyalitas konsumen dalam memilih dan menggunakan produk atau jasa. Semakin strategis lokasi dari suatu usaha tersebut maka akan semakin memberikan dampak yang baik untuk perusahaan, seperti menambah pendapatan, menambah konsumen dan sebagainya. Lokasi memegang peranan penting dalam melakukan usaha karena berhubungan dengan dekatnya lokasi usaha dengan keramaian, mudah dijangkau, aman dan tersedianya parkir yang luas dan aman. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin, sehingga dengan demikian adanya hubungan antara lokasi yang strategis dengan

daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa (Akhmad, 1996).

Setiap konsumen dipastikan ingin mendapatkan kepuasan dalam menggunakan layanan jasa. Menurut Oliver (2019) Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasa merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Kepuasan yang terus dirasakan konsumen dalam menggunakan sebuah merek jasa, akan membuat konsumen akan semakin berkomitmen untuk menggunakan layanan jasa yang sama. Hal yang sejalan juga dinyatakan dari hasil penelitian Fida et al., (2020) menemukan adanya pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan, nilai koefisien jalur yang diperoleh bertanda positif menunjukkan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan maka akan sejalan dengan meningkatnya loyalitas mereka untuk terus menggunakan layanan jasa yang sama.

Hasil penelitian Abbas, (2023); McAlexander et al., (2003) menyatakan ketika kepuasan yang dirasakan pelanggan semakin kuat menunjukkan segala keinginan atau harapan yang dimiliki pelanggan dapat terwujud, sehingga menciptakan kebahagiaan dalam menggunakan merek. Kepuasan yang dirasakan dalam menggunakan merek akan mendorong tindakan yang berulang untuk membeli dan menggunakan layanan jasa yang sama.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang pengaruh kenyamanan konsumen, kepuasan konsumen dan lokasi terhadap loyalitas konsumen tersebut diatas dengan judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kenyamanan Konsumen, Kepuasan Konsumen dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Bengkel PT. Hayati Pratama Mandiri Padang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Sejalan dengan uraian fenomena permasalahan yang dijelaskan diatas maka diajukan beberapa pertanyaan yang akan dibuktikan dalam riset ini yaitu:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel PT Hayati Padang ?

2. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Honda PT Hayati Padang ?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Honda PT Hayati Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan uraian rumusan masalah, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Honda PT Hayati Padang.
2. Menganalisis pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Honda PT Hayati Padang
3. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan bengkel Honda PT Hayati Padang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan kepada uraian perumusan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan hasil yang diperoleh dalam riset ini dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Praktisi

Temuan yang diperoleh pada riset ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya mendorong meningkatnya loyalitas pelanggan dalam menggunakan layanan jasa bengkel resmi Honda PT Hayati Padang.

2. Akademi

Hasil yang diperoleh dalam riset ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang riset yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khusus dalam menggunakan layanan bengkel resmi Honda yang dikelola oleh PT Hayati Padang. Selain itu hasil riset yang diperoleh dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik membahas tentang adanya sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.