

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan bertambahnya populasi yang ada maka semakin banyak pula kebutuhan yang di butuhkan oleh seseorang dalam keseharian mereka, kebutuhan untuk berpindah tempat misalnya, kebutuhan transportasi adalah salah satu kebutuhan yang penting bagi umat manusia, karena dengan adanya transportasi maka seseorang akan dengan mudah berpindah dari tempat satu ke tempat lainnya, yang memungkinkan melakukan banyak kegiatan dalam hari itu dan menghasilkan sesuatu. Sekarang, berbagai alat transportasi mulai dikembangkan di berbagai negara tidak sedikit negara-negara bersaing untuk melihat siapa yang lebih maju dalam bidang transportasinya. (<http://www.linkedin.com>, diunduh pada 2 juni 2014)

Salah satu dari alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh orang-orang di dunia ini adalah sepeda motor, bisa dikatakan bahwa sepedamotor adalah satu-satunya alat transportasi yang mendominasi pasar transportasi didunia, terbukti dengan makin tingginya angka perkembangan pengguna motor di dunia. Selain itu sepedamotor diminati karena dari segi harga yang terjangkau untuk semua kalangan dan keefektifan dalam penggunaan yang menjadi pertimbangan pembeli, serta konsumsi bahan bakar yang tidak semahal saat kita menggunakan mobil. Sepeda motor juga alat transportasi yang mudah untuk dimodifikasi, sehingga banyak pembeli lebih memilih sepeda motor dari pada mobil. (<http://teknologi.kompasiana.com>, diunduh pada 30 mei 2014)

Di Indonesia pertumbuhan sepeda motor sangat tinggi angkanya di bandingkan dengan negara-negara asean lainnya. Di indonsia sendiri jumlah sepedamotor jauh melebihi jumlah angkutan bermotor lainnya, menjadi sangat dominan kepemilikan sepeda motor di Indonesia, hal ini dapat di buktikan dengan satu keluarga dengan 5 orang anggota keluarga rata-rata memiliki lebih dari 3 sepeda motor, dan anak usia SMP sekarang banyak yang sudah memiliki sepeda motor sendiri. Sepeda motor di Indonesia mulai memasuki tahap kendaraan yang harus di miliki oleh setiap orang, terbukti dengan penyumbang kemacetan paling

banyak adalah sepeda motor, disini kita bisa menyimpulkan bahwa perkembangan sepedamotor di Indonesia adalah yang paling tinggi di ikuti oleh mobil pribadi dan kendaraan umum pada peringkat ketiga. (<http://www.bps.go.id>, diunduh pada 31 mei 2014) (Gambar1.1).

Tabel 1.1: Perkembangan Kendaraan bermotor di Indonesia

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
1987	1 170 103	303 378	953 694	5 554 305	7 981 480
1988	1 073 106	385 731	892 651	5 419 531	7 771 019
1989	1 182 253	434 903	952 391	5 722 291	8 291 838
1990	1 313 210	468 550	1 024 296	6 082 966	8 889 022
1991	1 494 607	504 720	1 087 940	6 494 871	9 582 138
1992	1 590 750	539 943	1 126 262	6 941 000	10 197 955
1993	1 700 454	568 490	1 160 539	7 355 114	10 784 597
1994	1 890 340	651 608	1 251 986	8 134 903	11 928 837
1995	2 107 299	688 525	1 336 177	9 076 831	13 208 832
1996	2 409 088	595 419	1 434 783	10 090 805	14 530 095
1997	2 639 523	611 402	1 548 397	11 735 797	16 535 119
1998	2 769 375	626 680	1 586 721	12 628 991	17 611 767
1999*)	2 897 803	644 667	1 628 531	13 053 148	18 224 149
2000	3 038 913	666 280	1 707 134	13 563 017	18 975 344
2001	3 189 319	680 550	1 777 293	15 275 073	20 922 235
2002	3 403 433	714 222	1 865 398	17 002 130	22 985 183
2003	3 792 510	798 079	2 047 022	19 976 376	26 613 987
2004	4 231 901	933 251	2 315 781	23 061 021	30 541 954
2005	5 076 230	1 110 255	2 875 116	28 531 831	37 623 432
2006	6 035 291	1 350 047	3 398 956	32 528 758	43 313 052
2007	6 877 229	1 736 087	4 234 236	41 955 128	54 802 680
2008	7 489 852	2 059 187	4 452 343	47 683 681	61 685 063
2009	7 910 407	2 160 973	4 452 343	52 767 093	67 336 644
2010	8 891 041	2 250 109	4 687 789	61 078 188	76 907 127
2011	9 548 866	2 254 406	4 958 738	68 839 341	85 601 351
2012	10 432 259	2 273 821	5 286 061	76 381 183	94 373 324

Sumber : http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&id_subyek=17¬ab=12 Diunduh pada 31 mei 2014

Seiring berkembangnya jumlah sepedamotor di Indonesia memicu semakin banyaknya layanan perbaikan sepeda motor yang ada dari yang servis

resmi hingga bengkel lainnya yang tidak resmi, perkembangan tempat servis atau bengkel ini pun menjadi pesat karena pertumbuhan pegguaan motor yang tinggi maka sudah tidak memungkinkan untuk tempat servis yang ada untuk menampung semuanya sehingga pertumbuhan bengkel in pun terseret di angka pertumbuhan yang tinggi, bisa di lihat dari data yang ada Indonesia sedikitnya memerlukan tambahan 5000 bengkel baru setiap tahunnya untuk mengatai pertumbuhan sepeda motor yang berkisar antara 8% - 10 % setiap tahunnya. (<http://www.mrmontir.com>, diunduh pada 30 Mei 2014) kota-kota dengan pengguna sepeda motor yang banyak maka akan ada satu deretan atau komplek dengan banyak tempat sevis yang melayani pelanggan dan toko mereka kadang *overload* untuk melayani pelnggan yang ada (<http://www.ciputraentrepreneurship.com>, diunduh pada 2 Juli 2014).

Tempat perbaikan Sepedamotor yang ada sekarang antara lainnya adalah ahas milik honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki, merek itu adalah merek sepedamotor yang memiliki bengkel resmi hampir pada setiap kota di Indonesia, tetapi dominasi bengkel yang ada di pegang oleh UMKM yang bergerak di bidang ini, tidak sedikit UMKM ini yang sengaja di ajak untuk bekerjasama oleh merek-merek resmi tersebut untuk menjadi partner mereka dalam menguasai pasar perbaikan sepedamotor. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bengkel ini memiliki keuntungan yaitu bisa menerima seua merek sepeda motor walaupun mereka bekerja sama dengan merek tertentu, yang tentunya tidak dilakukan oleh bengkel resmi, dan kesamaan *spare parts* motor satu dengan yang lain merupakan keuntungan sendiri untu pengembang usaha ini (<http://franchise.mrmontir.com>, diunduh pada 2 Juli 2014).

Karakteristik orang Indonesia sekarang sudah berubah dan berbeda dari orang negara maju, dimana jika di negama maju maka konsumen mrnginginkan servis yang terbaik untuk kendaraan mereka sehingga mereka pergi ke bengkel servis resmi merek kendaraan mereka, namun orang Indonesia memiliki kebiasaan yang sedikit berbeda yaitu, mereka pergi ke bengkel servis resmi saat mereka masih mendapatkan pelayanan servis gratis yang diberikan oleh perusahaan sepedamotor pada pelanggan saat melakukan pembelian sepeda motor baru, tetapi saat layanan servis gratis itu selesai atau habis mereka cenderung mencari bengkel

lain di luar bengkel resmi yang memang pada kenyataannya pada bengkel servis resmi kita mendapatkan harga yang sedikit lebih mahal dari pada bengkel UMKM biasa (wawancara dengan bapak wignyo sutarjo responden sigi awal).

Dari sekian banyak UMKM bengkel di Indonesia ada beberapa kota dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi yang memiliki populasi sepeda motor yang tinggi, Mojokerto adalah salah satu kota dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi di Indonesia dengan rata-rata lebih dari 1 Kepala keluarga di setiap rumah yang ada, pada gambar di atas populasi masyarakat yang ada di Mojokerto bisa di ketahui dngan ,menjumlahkan penduduk dari kota dan kabupaten. (Gambar 1.2) dan (Gambar 1.3). Bisa di bayangkan betapa padat kota ini sekarang, dan dengan populasi sepeda motor yang tinggi maka akan banyak bengkel yang ada di kota ini untuk memenuhi kebutuhan para pengguna sepeda motor, ada suatu daerah di kota Mojokerto ini yang merupakan “komplek” dari bengkel UMKM yang setiap harinya ramai dikunjungi oleh pelanggan dan sesuai dengan bukti yang ada bahwa bengkel tersebut kadang tidak mampu menampung semua pembeli yang datang terlebih saat hari raya (Gambar 1.1).

Tabel 1.2: Jumlah penduduk Kabupaten Mojokerto

Jumlah	2012	575.435	568.312	1.143.747	101.25
	2011	559.793	553.028	1.112.821	101.22
	2010	547.322	541.310	1.068.632	101.11

Sumber : http://www.mojokertokab.go.id/?mn=data_statistik&vi=data_statistik&id=1#top
Diunduh pada 31 mei 2014



Gambar 1.1 Jumlah penduduk Kota Mojokerto
 Sumber : <http://mojokertokota.bps.go.id/index.php?hal=tabel&id=6> Diunduh pada 31 mei 2014

Dari beberapa UMKM Penelitian ini difokuskan pada UMKM bengkel “Surya Gemilang Motor” yang bergerak di bidang perbaikan otomotif motor ini tergolong baru di kota Mojokerto bengkel ini berusia 10 tahun dibandingkan pesaing lainnya yang berusia lebih dari 15 tahun. Namun bengkel ini memiliki andil dalam meningkatkan pelayanan dalam melayani pelanggan, bengkel ini berinisiatif dengan teknologi, dan mengutamakan kecepatan dan ketepatan dalam bekerja, bengkel ini secara cepat menjadi bengkel yang cukup di pandang di kota Mojokerto khususnya, dan beberapa kali membuat patokan yang membuat tingkat pelayanan semua bengkel menjadi lebih baik (wawancara dengan bapak Tanto Djunaedi manager toko Surya Gemilang Motor)

Bengkel ini Surya Gemilang Motor berdiri sejak pertengahan tahun 2004 berdiri dengan nama Gemilang Motor di jalan P.B.Sudirman 100a di Mojokerto setelah 6 tahun bengkel ini merubah namanya menjadi Surya Gemilang motor setelah menempati lokasi baru di jalan P.B.Sudirman 102, pemilik dari bengkel ini adalah bapak Yan Sindharta dan memiliki manager toko bernama Tanto Dhunaedi yang sampai sekarang mengelola bengkel ini. Memiliki 4 pegawai toko dan 8 montir yang di arahkan dengan baik serta di integrasikan dari segi peralatan, dan dengan luas bangunan 300 meter persegi, memiliki suasana yang sejuk, bengkel

ini bisa dikatakan bengkel yang paling sejuk dari bengkel lainnya serta memiliki sistem komputerisasi yang tidak dimiliki bengkel UMKM lainnya, dan mesin pengganti ban yang menjadi nilai tambah dari bengkel ini.

Usaha ini tentu memiliki pesaing yang tidak sedikit karena bengkel yang sudah lama bergerak dalam bidang ini tidak akan sungkan untuk mengambil langkah sehingga membuat persaingan menjadi panas, beberapa pesaing seperti “Santoso Motor”, “Gemini Motor I”, “Aneka Motor” mereka berlomba-lomba dalam mendapatkan pasar, mereka juga tidak segan untuk datang pada merek kendaraan untuk mengajak kerjasama dan dengan ketentuan yang tinggi. Namun dalam persaingan yang tinggi, Menurut Tanto Djunaedi Manager toko Surya Gemilang Motor ini : Bengkel GEMILANG ini menerapkan suatu sistem yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga masih bisa bertahan sampai selama ini, dan dengan inovasi dan manuver yang dilakukan, bengkel ini bisa menjangkau pasar yang cukup besar untuk bersaing dengan bengkel yang sudah lama berjalan. (wawancara dengan bapak Tanto Djunaedi manager toko Surya Gemilang).

Menurut Oliver, (1999) menjelaskan bahwa *customer loyalty* adalah perilaku positif yang timbul dari pelanggan untuk menjalin hubungan lebih kepada suatu institusi tertentu dan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang pada suatu institusi tersebut. Surya Gemilang Motor memiliki loyalitas pelanggan di buktikan dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan hingga sekarang dan jumlah pendapatan yang relatif naik. Penting bagi toko untuk meningkatkan *customer loyalty* karena, menurut Kotler, Hayes dan Bloom (2002) dalam Mardialis (2005) menyebutkan ada enam alasan perlunya mendapatkan *consumer loyalty*. *Pertama*: Pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar pada institusi. *Kedua*: Biaya mendapatkan pelanggan baru lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. *Ketiga*: Pelanggan yang sudah percaya pada institusi akan percaya juga dalam urusan lainnya. *Keempat*: Biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. *Kelima*: Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. *Keenam*: Pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan juga berusaha

pula untuk menarik dan memberi saran pada orang lain untuk menjadi pelanggan. Surya Gemilang Motor telah memiliki loyalitas pelanggan, hal ini di buktikan dengan sigi awal yang dari 40 koresponden 28 diantaranya sudah melakukan pembelian sebanyak lebih dari 2 kali, ini membuktikan bahwa dari sigi awal yang di lakukan menunjukkan adanya loyalitas pada pelanggan bengkel ini sehingga perlu untuk di telusuri apa yang menjadi penyebab para pembeli datang untuk kedua kalinya.

Tabel 1.3: Data jumlah motor, transaksi dan barang terjual

Tahun	Motor	Transaksi	Barang terjual
201301	667	2446	2901
201302	584	2055	2502
201303	784	3016	3889
201304	667	2915	3546
201305	813	3300	4025
201306	881	3391	4063
201307	953	3815	4583
201308	1312	5481	6490
201309	801	3518	4370
201310	815	3272	3943
201311	813	3295	3876
201312	924	3612	4258
201401	797	3021	3578
201402	754	2656	3067
201403	932	3238	3736
201404	858	2993	3504
201405	881	3184	3770
201406	405	1565	1908

Data jumlah sepeda motor servis, jumlah transaksi, dan jumlah barang terjual tahun 2013 bulan Januari hingga 2014 bulan Juni.

Tabel 1.3 diatas menunjukkan peningkatan pada bengkel Surya Gemilang Motor, peningkatan dari segi perbaikan motor dan penjualan dari bulan Januari 2013 hingga pertengahan bulan Juni 2014.

Attractiveness of alternative berpengaruh pada *customer loyalty*. *Attractiveness of alternative* yang berarti kemenarikan atau keuntungan lain yang di berikan pesaing terhadap satu layanan tertentu, Ping (1993). Konsumen memperkirakan ada pelayanan lain dari penyedia layanan utama yang menyediakan layanan yang lebih di banding penyedia layanan utama. Contohnya adalah banyak bengkel lain yang berada dalam lokasi yang sama dengan bengkel

Surya Gemilang Motor, seperti Santoso Motor, Gemini Motor, Aneka Motor yang sudah berdiri lebih lama di bandingkan bengkel ini dan memiliki kelebihan masing-masing sehingga memancing pelanggan untuk membandingkan layanan yang diberikan oleh bengkel lainnya (wawancara dengan bapak Tanto Djunaedi manager toko Surya Gemilang).





Perceived swiching cost menurut Patterson & Smith (2003) memiliki hubungan yang penting dalam mempengaruhi *costumer loyalty*. *Perceived swiching cost* Menurut Dick dan Basu, (1994) *Swiching cost* adalah pengorbanan waktu dan usaha psikologis untuk menghadapi ketidak pastian pada pelayanan yang baru. Dari wawancara yang dilakukan pelanggan yang memilih untuk berpindah dari bengkel satu ke bengkel lainnya, mereka harus menyesuaikan diri dengan pelayanan yang baru dan itu dianggap merepotkan bagi konsumen (Lampiran2).

Service quality dan *consumer satisfaction* pada umumnya di gunakan untuk mengukur *customer loyalty* pada suatu institusi, itu yang di ungkapkan oleh Bowen and Chen (2001). *Consumer satisfaction* adalah salah satu hal yang di gunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan factor ini merupakan salah satu yang berpengaruh dalam keputusan pembeli untuk loyal kepada suatu institusi. Pelayanan yang baik dan ramah adalah andalan dari bengkel Surya gemilang Motor ini karena dengan pelayanan yang ramah maka pembeli akan tidak segan untuk membeli barang di jual terbukti dari sigi awal yang sudah di lakukan terhadap 40 koresponden 40% mengatakan “harga bukan yang utama tetapi kualitas layanan dan keramahan layanan yang merupakan factor utama mereka untuk melakukan pembelian.(Lampiran 2)

Service quality pada umumnya mempengaruhi tingkat *customer satisfaction* pada suatu konstitusi seperti yang di ungkapkan Zeithaml et al. (2012) mengatakan *Service quality* adalah penilaian terhadap proses yang di terima dibandingkan dengan proses yang ditawarkan atau dijanjikan. Surya Gemilang Motor memiliki *service quality* yang baik karena setiap pelanggan atau pembeli di layani dengan cepat dan dapat di buktikan melalui sigi awal yang menyatakan bahwa pelayanan dari bengkel Surya Gemilang Motor ini sudah baik karena pelayanan yang cepat dan ramah serta tepat sasaran dalam memberi saran perbaikan pada sepeda motor. (Lampiran 2).

Salah satu alat ukur pada *customer satisfaction* adalah *product attribute* yang sangat penting bagi toko untuk memilikinya, Singh, Hansen, & Gupta (2005) mengatakan bahwa *product attribute* adalah salah satu factor situasional yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan hanya melihat produk atributnya. Surya Gemilang Motor memiliki *product attribute* yaitu alat yang canggih dan salah satunya adalah mesin pengganti ban yang bias dikatakan bengkel ini satu-satunya bengkel UMKM tidak resmi yang memilikinya. Hal tersebut terbukti pada sigi awal yang menyebutkan bahwa, mesin pengganti ban adalah *product attribute* yang menarik dari toko Surya Gemilang Motor (Lampiran 2).

Store image merupakan salahsatu alat ukur untuk *customer satisfaction* yang di gunakan untuk pembahasan ini. *Store image* terdiri dari fungsional dan

emosional atribut ini diatut dalam persepsi struktur pembeli dan struktur yang di harapkan oleh pembeli pada penjual. Berman and Evans (1995) citra toko adalah salah satu factor yang dilihat oleh pembeli untuk perrtama kalinya setelah mendengar kata Surya Gemilang Motor, dalam benak masyarakat mojokerto Surya Gemilang Motor di anggap sebagai sebuah bengkel yang nyaman dengan ruang tunggu besar dan menyejukkan, serta bengkl dengan pelayanan yang cepat dan peralatan yang canggih. Hal tersebut bias dibuktikan dengna sigi awal yang sudah dilakukan (Lampiran 2).

Dalam berjalannya waktu sebuah bengkel pasti memiliki pelanggan setia yang memiliki loyalitas tinggi, karena untuk mencapai loyalitas seorang pelanggan diperlukan kerjakeras dari bengkel tersebut untuk menimbulkan rasa kepercayaan pada bengkel ini, semakin banyak kompetitor akan mengakibatkan semakin sulitnya mendapatkan loyalitas dari seorang pelanggan, karena pelanggan akan memilih dari *service quality*, *product attribute*, dan *store image* yang menurut mereka pantas untuk di pegang, serta mereka akan sangat memperhitungkan *perceived swiching cost* saat mereka berpindah dari bengkel satu ke bengkel yang lainnya dan juga pengaruh dari *attractiveness of alternative* yang pasti membuat seorang pelanggan berpikir keras untuk menentukan akan loyal pada bengkel yang mana (Lampiran 2).

Pada pembahasan ini *customer satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *perceived swiching cost*, *attractiveness of alternatives* dan *customer loyalty*. *Customer Satisfaction* adalah salah satu faktor yang berpengaruh dalam menentukan loyalitas pelanggan, dan jika SURYA GEMILANG MOTOR bisa memenuhi *service quality*, *product attribute*, dan *store image* yang baik maka itu kana meningkatkan *satisfaction* dari pelanggan yang akan berperngaruh pada loyalitas pelanggan. Bengkel ini sudah menerapkan strategi yang baik untuk mempertahankan pelanggannya sampai sekarang dan mampu untuk memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang baik salah satunya dengan menggunakan sistem komputerisasi sehingga proses pengecekan barang yang dicari menjadi cepat sehingga pembeli tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan informasi tentang barang yang di carinya sehingga itu menghemat waktu yang banyak jika di bandingkan dengan bengkel lainnya yang pembeli harus menunggu pegawai

bengkel tersebut untuk masuk dan mencari ketersediaan barang, dan sistem harga yang di terapkan oleh bengkel ini juga menjadi sorotan karena harga dari satu pegawai dan pegawai lainnya sama tidak berubah-ubah. Serta penambahan alat yang canggih membuat pelayanan servis di bengkel ini tergolong cepat dan praktis, sehingga pelanggan tidak perlu ragu bila motornya akan mendapatkan kerusakan tambahan karena kelalaian montir yang bekerja (Lampiran 2).

1.2 Rumusan Masalah

Dari data yang di sebutkan pada latar belakang, Surya Gemilang Mojotor banyak menarik perhatian masyarakat dan pesaing lainnya sebagai UMKM bengkel yang bias bersaing walau usia usahanya masih muda d imojokerto. Selain itu UMKM Surya Gemilang Motor memiliki keunggulannya dalam bersaing di dalam persainan UMKM bengkel di Mojokerto. Ini juga dikarenakan kepuasan pelanggan yang tinggi pada UMKM Surya Gemilang sehingga UMKM ini mendapatkan *loyalty* yang cukup kuat dari masyarakat terhadap UMKM Surya Gemilang Motor.

Berdasarkan hal tersebut dapat di rumuskan permasalahan yang mungkin terjadi dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* ?
2. Apakah *product attribute* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* ?
3. Apakah *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* ?
4. Apakah *consumer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* ?
5. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived swiching cost*
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *attractiveness of alternatives* ?

7. Apakah *perceived swiching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* ?
8. Apakah *attractiveness of alternatives* berpengaruh negatif terhadap *customer loyalty* ?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini juga menggunakan variable *service quality*, *product attribute*, *store image* untuk mengukur variable *consumer satisfaction* dan hubungan *consumer satisfaction* pada *perceived swiching cost*, *attractiveness of alternatives* dan *customer loyalty*, serta hubungan antara *perceive swiching cost* dan *attractiveness of alternatives* pada *customer loyalty* UMKM bengkel ini pada Surya Gemilang Motor di Mojokerto yang dapat dikatakan majemuk. Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, yaitu :

1. Penelitian ini Dilakukna di Mojokerto kepada pelanggan UMKM bengkel Surya Gemilang Motor dalam 3 bulan terakhir hingga saat ini.
2. Penelitian ini meneliti tentang *service quality*, *product attributre* dan *store image* dalam membangun *consumer satisfaction*.
3. Penelitian ini meneliti *consumer satisfaction* berpengaruh pada *perceived swiching cost*, *customer loyalty*, dan *attractiveness of alternatives*.
4. Penelitian ini meneliti tentang *perceived swiching cos* dan *attractiveness of alternative* dalam mempengaruhi *costumer loyalty*.
5. Pengujian terhadap model yang di teliti menggunakan data dari hasil kuisisioner kepada objek yang di teliti.
6. Perhitungan dan analisis hasil kuisisioner menggunakan alat bantu *software Amos SEM*.

Faktor internal berupa pribadi yang terdiri dari usia, pekerjaan, dan pendidikan sudah di tentukan dari karakteristik populasi yaitu 17-55 tahun laki-laki, perempuan, dengan asumsi pengguna dalam usia tersebut berpenghasilan, dan memiliki pengetahuan yang cukup mengenai bengkel. Responden di pilih

berdasarkan frekuensi datang ke bengkel ini dengan lebih dari 2 kali datang hingga saat ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan masalah tujuan dari penelitian ini melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa variabel – variabel yang ada dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap UMKM bangkel Surya Gemilang Motor.

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *consumer satisfaction*
2. Untuk menganalisis pengaruh *product attribute* terhadap *consumer satisfaction*
3. Untuk menganalisis pengaruh *store image* berpengaruh signifikan terhadap *consumer satisfaction*
4. Untuk menganalisis pengaruh *consumer satisfaction* terhadap *consumer loyalty*
5. Untuk menganalisis pengaruh *consumer satisfaction* terhadap *perceived switching cost*
6. Untuk menganalisis pengaruh *consumer satisfaction* terhadap *attractiveness of alternatives*
7. Untuk menganalisis pengaruh *perceived switching cost* terhadap *consumer loyalty*
8. Untuk menganalisis pengaruh *attractiveness of alternatives* terhadap *consumer loyalty*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian Teoritis

1. Penelitian dapat menambahkan pengetahuan tentang faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi *consumer loyalty* pelanggan terhadap UMKM bengkel Surya Gemilang Motor.
2. Bagi pemilik Toko dapat di gunakan sebagai acuan untuk memperbaiki sarana pendukung yang kurang yang bisadikembangkan dan mengetahui factor pendukung yang belum dimiliki.
3. Peneliti memiliki lebih banyak acuan yang dapat di gunakan untuk mengembangkan karya tulis yang akan mereka teliti, sehingga teori *consumer loyalty* dapat terus dikembangkandan bermanfaat di masa depan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini adalah dapat di gunakan bagi pemilik took untuk mengambil keputusan yang tepat untuk meningkatkan *consumer loyalty* dari pelanggan UMKM bengkel Surya Gemilang Motor dari pelanggan melalui upay ameningkatkan kepercayaan dan *satisfaction* dari pelanggan agar memperoleh kepercayaan. *Satisfaction* diperoleh degnan cara meningkatkan *service quality, product attribute, dan store image* pada setiap pelanggan yang berbelanja.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini maka peneliti memberikan gambaran secara garis besar masing-masing bab, secara keseluruhan akan di bagi menjadi 5 bab yaitu.

- Bab 1 : Pendahuluan
Bab ini menjelaskan secara singkat tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan.
- Bab 2 : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan hipotesis
Bab ini menjelaskan mengenai Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis yang menjadi dasar dalam penyusunan proposal. Tinjauan pustaka dan hipotesis akan dipergunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan sebagai dasar pembahasan untuk memberikan kesimpulan dari apa yang sudah di ujikan.
- Bab 3 : Metode Penelitian
Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian apa dan jenis penelitian apa mulai dari definisi operasional, sumber data, target dan karakteristik, populasi, sampel dan tektik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data, arus dan skala, serta proses pengolahan data.
- Bab 4 : Pembahasan Hasil Penelitian
Bab ini membahas tentang deskripsi layanan, deskripsi profil responden, analisa deskripsi variabel penelitian, analisa data dan pembahasan, metode analisis statistic, metode pengujian hipotesis, dan interpretasi hasil.
- Bab 5 : Bab ini berisi kesimpulan data dari yang sudah di teliti serta rekomendasi yang di tujukan untuk penelitian selanjutnya.