

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan pada sektor industri jasa kini semakin pesat perkembangannya. Perkembangan tersebut membuat industri jasa bersaing dengan ketat dan kompetitif. Keinginan serta daya bersaing dan tetap eksis perusahaan sektor industri jasa dituntut harus terus berinovasi dan mengembangkan penawaran jasa yang akan dijual. Kaitannya dengan pelanggan, hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan adalah memperhatikan konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap perusahaan. Selain itu bengkel sebagai perusahaan pelayanan jasa juga harus terus mencari konsumen yang potensial untuk menjadi pelanggan setia perusahaan yang tidak menjadi pelanggan pada perusahaan pesaing atau perusahaan yang lainnya (Ramadhany & Supriyono, 2022). Keberlangsungan hidup perusahaan dan daya saingnya didukung oleh loyalitas konsumen.

Loyal customer memiliki kecenderungan yang intens dalam melakukan aktivitas belanja dan mencoba produk-produk lain serta menyebarkan berbagai pengalaman pribadi mereka dan mampu menarik customer baru (P. K. L. K. Kotler, 2012). Signifikan atau tidaknya suatu loyalitas pelanggan dapat memberikan pengaruh pada keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Usaha untuk mempertahankan customer yang ada saat ini merupakan suatu strategi defensif. Strategi defensif lebih penting dan utama yang dapat dilakukan dalam menjaga atau memperoleh kestabilan keuntungan. Pengalaman pelanggan merupakan faktor yang

mendukung terbentuknya customer yang loyal. Sebuah perasaan yang muncul akibat harapan mengenai produk terpenuhi oleh kinerjanya disebut dengan *Pengalaman* pelanggan (Chang et al., 2014). Hubungan antara perusahaan dengan konsumen yang harmonis dapat terjadi akibat adanya kepuasan konsumen. Keharmonisan tersebut dapat menguntungkan perusahaan melalui promosi tidak langsung yang dilakukan oleh loyal customer melalui re-purchase dan word of mouth kepada orang lain. Promosi tidak langsung yang dilakukan oleh loyal customer dapat menarik pelanggan baru.

Kepercayaan pelanggan atau customer trust merupakan faktor yang dapat membentuk loyalitas customer. Kesiapan seorang customer dalam bergantung kepada perusahaan yang dipercaya merupakan definisi dari kepercayaan. Hubungan jangka panjang antara customer dengan perusahaan dapat tercipta melalui adanya kepercayaan antar kedua belah pihak (Eka Saputri & Ratna Pranata, 2014). Keyakinan sebuah perusahaan untuk dapat bekerjasama dengan customer dalam waktu yang panjang atau kemauan dan keyakinan perusahaan terhadap mitranya untuk menciptakan hubungan kerja yang positif disebut dengan kepercayaan (Chandra & Santoso, 2019). *Pengalaman* pelanggan atau pengalaman pelanggan dapat terpenuhi ketika perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, baik perusahaan otomotif maupun perusahaan secara umum.

Perusahaan pada sektor industri jasa kini semakin pesat perkembangannya. Perkembangan tersebut membuat industri jasa bersaing dengan ketat dan kompetitif. Agar mampu bersaing dan tetap eksis perusahaan sektor industri jasa dituntut harus terus berinovasi dan mengembangkan penawaran jasa yang akan

dijual. Kaitannya dengan pelanggan, hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan adalah memperhatikan konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus terus mencari konsumen yang potensial untuk menjadi pelanggan setia perusahaan yang tidak menjadi pelanggan pada perusahaan pesaing atau perusahaan yang lainnya. Keberlangsungan hidup perusahaan dan daya saingnya didukung oleh loyalitas konsumen. Loyal customer memiliki kecenderungan yang intens dalam melakukan aktivitas belanja dan mencoba produk-produk lain serta menyebarkan berbagai pengalaman pribadi mereka dan mampu menarik customer baru (P. K. L. K. Kotler, 2012). Signifikan atau tidaknya suatu loyalitas pelanggan dapat memberikan pengaruh pada keberlangsungan hidup sebuah perusahaan (Chaffey & Chadwick, 2016). Usaha untuk mempertahankan customer yang ada saat ini merupakan suatu strategi defensif. Strategi defensif lebih penting dan utama yang dapat dilakukan dalam menjaga atau memperoleh kestabilan keuntungan

Prospek bisnis bengkel otomotif dapat dikatakan cukup cerah, terutama dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di jalan raya yang membutuhkan perawatan dan perbaikan berkala (Rivai & Wahyudi, 2017). Di samping itu, bisnis bengkel otomotif juga dapat mencakup berbagai bidang, mulai dari perawatan dan perbaikan mobil, sepeda motor, hingga truk dan kendaraan komersial lainnya. Selain itu, kemajuan teknologi otomotif juga memberikan peluang bisnis baru, seperti bengkel otomotif yang mengkhususkan diri dalam perbaikan atau modifikasi mobil listrik atau baterai hibrida, serta bengkel yang menyediakan layanan

penggunaan teknologi digital atau internet of things (IoT) untuk mendeteksi kerusakan pada kendaraan (Mcfarlane, 2013).

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta, dan juga salah satu kota industri di Indonesia. Oleh karena itu, industri otomotif di Surabaya telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di sektor manufaktur. Beberapa perusahaan otomotif besar telah menempatkan pabrik atau fasilitas produksi di Surabaya, seperti PT Astra Honda Motor, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing, dan PT Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia (Darmawan, 2019). Selain itu, terdapat juga produsen suku cadang otomotif dan aksesoris mobil yang telah berkembang di kota ini.

Industri layanan otomotif seperti bengkel mobil, toko aksesoris mobil, dan rental mobil juga semakin banyak di Surabaya. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di kota ini, sehingga mendorong permintaan akan layanan perawatan, perbaikan, dan modifikasi mobil (Rivai & Wahyudi, 2017). Selain itu, teknologi otomotif juga semakin berkembang di Surabaya, seperti penggunaan kendaraan listrik dan baterai hibrida yang semakin banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini membuka peluang bisnis baru di sektor perbaikan dan modifikasi kendaraan listrik. Meskipun industri otomotif di Surabaya terus berkembang, tetapi industri ini juga dihadapkan pada tantangan dan permasalahan, seperti persaingan yang ketat, tingginya biaya produksi dan operasional, dan kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas (Chandra & Santoso, 2019). Oleh karena itu, perusahaan otomotif di Surabaya perlu memiliki

strategi bisnis yang baik dan beradaptasi dengan perkembangan pasar untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Bisnis bengkel otomotif juga memiliki tantangan dan risiko, seperti persaingan yang ketat, kebutuhan modal awal yang besar untuk membeli peralatan dan perangkat, serta meningkatnya permintaan konsumen akan layanan bengkel yang cepat dan efisien. Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis bengkel otomotif untuk memiliki strategi pemasaran yang baik dan memastikan kualitas layanan yang tinggi untuk memenangkan kepercayaan konsumen. Bisnis bengkel otomotif memiliki prospek yang menjanjikan dengan adanya peningkatan jumlah kendaraan bermotor dan berkembangnya teknologi otomotif. Namun, seperti bisnis pada umumnya, dibutuhkan pengelolaan yang baik dan strategi yang tepat untuk memastikan kesuksesan bisnis.

Central Garage Auto Racing berlokasi di Jalan Kendangsari, Surabaya merupakan bengkel mobil yang banyak melakukan pelayanan di sektor perawatan hingga modifikasi. Misi dan visi dari Central Garage Auto Racing yang dapat memenuhi aspek pelayanan optimal dan mampu menyelesaikan permasalahan pelanggannya terbentur dengan pengukuran yang tidak dapat dilakukan dengan konkrit, sehingga dapat memberikan implikasi manajerial yang tepat.

Visi bisnis bengkel otomotif dan modifikasi dapat berbeda-beda tergantung pada tujuan dan sasaran dari pemilik bisnis tersebut. Namun, beberapa visi bisnis bengkel otomotif dan modifikasi yang umumnya diinginkan antara lain: Pertama, memberikan layanan perawatan dan perbaikan mobil berkualitas tinggi:

Visi ini berfokus pada memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dengan memastikan kualitas layanan dan *Pengalaman* pelanggan yang tinggi.

Kedua, menjadi pusat modifikasi mobil terkemuka di Surabaya. Visi ini mengarahkan pada menciptakan Central Garage yang mengkhususkan diri dalam modifikasi mobil dengan memastikan kualitas modifikasi yang tinggi, memberikan kreativitas dan inovasi dalam modifikasi mobil sehingga tercipta mobil yang unik dan menarik. Ketiga, meningkatkan penggunaan teknologi otomotif. Visi ini bertujuan untuk menjadi pemain utama dalam pemanfaatan teknologi otomotif, sehingga bengkel otomotif mampu mengidentifikasi kerusakan pada kendaraan dengan lebih efektif dan memberikan solusi yang tepat dan efisien.

Secara keseluruhan, visi bisnis bengkel otomotif dan modifikasi dapat berbeda-beda tergantung pada tujuan dari pemilik bisnis tersebut. Namun, tujuan utamanya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggan serta memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.



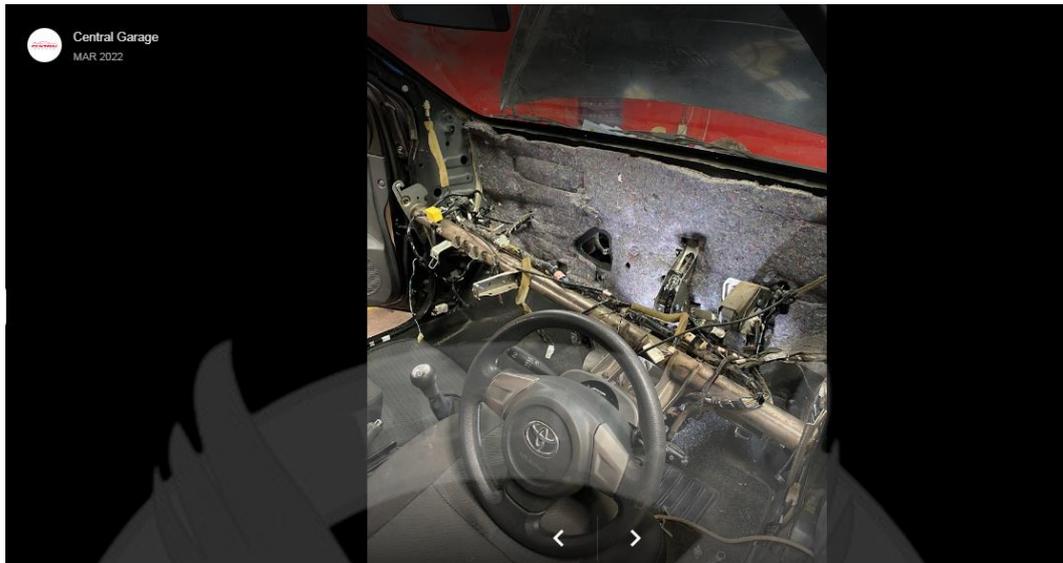
Gambar 1. 1 Garage Auto Racing  
Sumber: Instagram @central\_surabaya



Gambar 1. 2 Central Garage Instagram Feed  
Sumber: Instagram @central\_surabaya

Central Garage yang memiliki loyalitas pelanggan yang terbentuk dari komunitas otomotif memiliki keuntungan yang signifikan. Komunitas otomotif terdiri dari orang-orang yang memiliki minat dan ketertarikan yang sama terhadap otomotif. Pelanggan yang berasal dari komunitas otomotif memiliki kesamaan minat dengan Central Garage, yang mengarah pada hubungan yang lebih kuat dan rasa saling pengertian yang lebih baik.

Central Garage dapat menyediakan berbagai bentuk pelayanan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perbaikan dan pemeliharaan kendaraan termasuk perbaikan mesin, sistem kelistrikan, sistem rem, suspensi, AC, dan layanan lainnya. Pelayanan ini melibatkan diagnosis masalah, penggantian suku cadang yang rusak, dan perawatan rutin untuk memastikan kendaraan beroperasi dengan baik.



Gambar 1. 3 Palayanan perbaikan mobil di Central Garage  
Sumber: Instagram @central\_surabaya

Central Garage juga menyediakan layanan pemeliharaan rutin seperti pergantian oli, filter, dan busi, pengecekan tingkat cairan, dan pemeriksaan umum kendaraan. Pelanggan dapat membeli suku cadang tersebut dan menggantinya sendiri atau meminta bantuan teknisi di Central Garage dan dapat berkonsultasi informasi teknis dan saran yang berguna untuk membantu membuat keputusan yang tepat terkait kendaraan mereka. Central Garage memiliki tim layanan pelanggan yang siap membantu pelanggan dalam pertanyaan, keluhan, atau masalah yang mereka hadapi. Tim ini siap merespons dengan cepat, memberikan penjelasan yang jelas, dan menangani keluhan atau saran pelanggan dengan profesional dan empati.

Pelayanan-pelayanan ini membantu Central Garage memenuhi kebutuhan pelanggan dalam perawatan dan perbaikan kendaraan mereka. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, tanggap, dan profesional.



Gambar 1. 4 Bentuk layanan Central Garage  
Sumber: Instagram @central\_surabaya

Komunitas otomotif cenderung memiliki jaringan yang kuat dan saling memberikan rekomendasi. Jika Central Garage dapat membangun reputasi yang baik di kalangan komunitas otomotif, hal ini akan berdampak positif pada kepercayaan dan reputasi mereka di kalangan anggota komunitas tersebut. Reputasi yang baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Darmawan, 2019). Berikut bukti terdapatnya reputasi yang telah terbentuk atas kualitas layanan dari Central Garage:

## Central Garage

Jl. Raya Kendangsari Industri No.18, Kendangsari, Surabaya, East Java

[Write a review](#)

4.5 ★★★★★ 199 reviews ⓘ



**Saiful Anam**

Local Guide · 285 reviews · 751 photos

★★★★★ 3 years ago

I got un pleasant experience here. The washing result was not so clean. The stuffs were not focus in their job, banyak bercanda

Like



**SUPRIADI TJAHJONO**

Local Guide · 102 reviews · 10 photos

★★★★★ a year ago

Quick and clean drive thru car wash in my area..

Like

Gambar 1. 5 review positif pelanggan Central Garage  
Sumber: Google Review, 2023

## Central Garage

Jl. Raya Kendangsari Industri No.18, Kendangsari, Surabaya, East Java

[Write a review](#)

4.5 ★★★★★ 199 reviews ⓘ



**Yustina Ari**

Local Guide · 170 reviews · 343 photos

★★★★★ a year ago

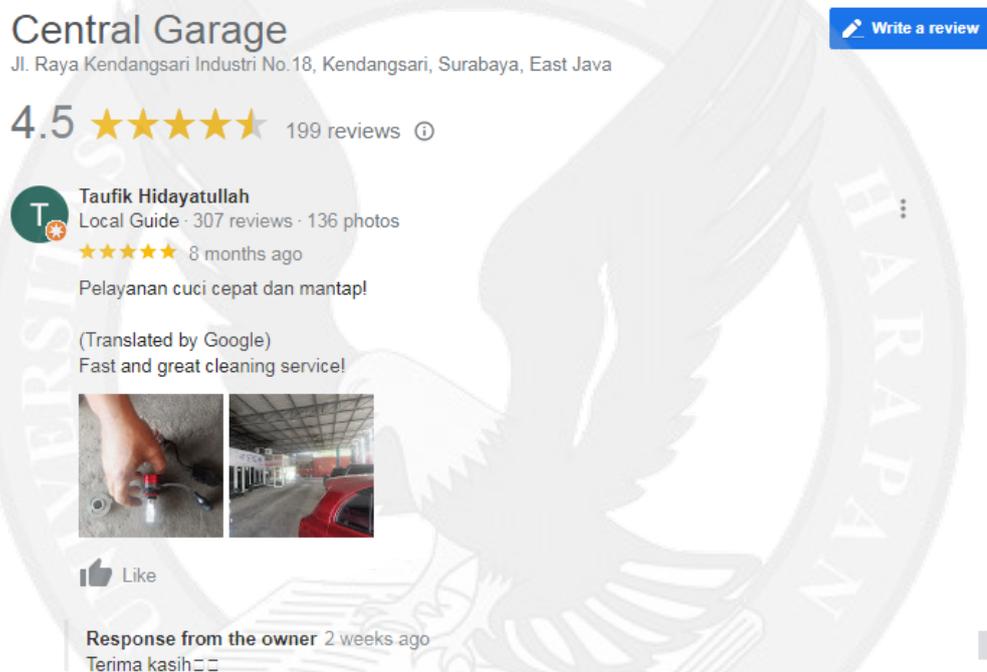
Sudah beberapa kali kesini tapi baru smepet ngreview sekarang. Sebenarnya pelayanannya cepat dan bersih. Harga juga termasuk murah. Krn saya bandingkan dg di tempat lain tarifnya 50.000 ke atas. Ini tadi ternyata naik jadi 40.000 utk cuci bilas, tp karna mau pasang stiker CAR, jd dpt diskon mjd 30.000. Mohon maaf, utk saran, sebaiknya pegawai yg bagian nyuci tolong diberikan jas hujan atau baju tahan air dan sepatu boot. Soalnya kasihan liatnya selalu basah bajunya kena air dari alat penyemprot. Lama-lama bisa masuk angin

(Translated by Google)

Been here a few times but just got around to reviewing it now. Actually the service is fast and clean. Prices are also cheap. Because I compare it to other places, the tariff is 50,000 and above. This turned out to be up to 40,000 for washing and rinsing, but because I wanted to put a CAR sticker on, I got a discount of up to 30,000. I'm sorry, for suggestions, it's better if the employee in the washing section please provide a raincoat or waterproof clothing and boots. The problem is that it's a pity to see that his clothes are always wet with

Gambar 1. 6 Kritik dan Saran pelanggan Central Garage  
Sumber: Google Review Central Garage

Pelayanan yang tanggap atas keluhan dan saran pelanggan terhadap Central Garage perlu dilakukan. Pelayanan yang tanggap terhadap keluhan dan saran pelanggan, penting bagi bengkel seperti Central Garage untuk memikirkan respon yang diberikan kepada pelanggan, antara lain dengan pemberian tanggapan yang interaktif, empati, mengutamakan profesionalitas, dan serangkaian aspek yang memang berguna dalam kemajuan layanan bengkel (Situmorang, 2017).



Gambar 1. 7 Tanggapan atas review pelanggan yang dilakukan oleh Staf Central Garage  
Sumber: Google Review Central Garage

Komunitas otomotif terdapat kebutuhan khusus terkait modifikasi atau perawatan mobil. Jika Central Garage dapat menghadirkan layanan dan keahlian yang spesifik sesuai dengan kebutuhan komunitas otomotif, mereka akan dianggap sebagai sumber yang dapat diandalkan dan dihargai oleh anggota komunitas tersebut. Dalam komunitas otomotif, seringkali terdapat kegiatan dan event yang melibatkan para penggemar otomotif. Jika Central Garage aktif terlibat dalam

kegiatan dan event tersebut, baik sebagai sponsor atau penyedia layanan, ini dapat memperluas jangkauan merek mereka dan memperkuat keterikatan dengan anggota komunitas otomotif.

Keberhasilan Central Garage dalam memberikan Pengalaman Pelanggan yang positif kepada anggota komunitas otomotif dapat berdampak besar pada pembentukan loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan, kualitas kerja, dan pendekatan personal yang diberikan, mereka lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan Central Garage kepada orang lain dalam komunitas. Penting bagi Central Garage untuk mempertahankan hubungan yang baik dengan komunitas otomotif, menyediakan layanan yang berkualitas, serta terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan dan tren yang berkembang dalam industri otomotif (Rivai & Wahyudi, 2017).

Berdasarkan latar belakang ini, maka penelitian akan mengambil judul Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas, Kepuasan, dan Perilaku Word of Mouth pada Layanan Bengkel Central Garage Auto Racing, Kendangsari Surabaya

## **1.2. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Obyek penelitian dibatasi hanya pada pengguna dan pelanggan yang bertransaksi di Central Garage Auto Racing
- 2) Variabel penelitian dibatasi hanya pada pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas, Kepuasan, dan Perilaku Word of

Mouth

- 3) Penelitian di lakukan pada Mei-Juni 2023

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang dan batasan masalah yang teruraikan di atas, maka rumusan masalah yang ditemukan antara lain sebagai berikut:

- 1) Apakah Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Pengalaman* pelanggan?
- 2) Apakah Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas?
- 3) Apakah Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku *Word of Mouth*?
- 4) Apakah *Pengalaman* pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas?
- 5) Apakah *Pengalaman* pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku *Word of Mouth*?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diutarakan di atas maka tujuan penelitian ini antara lain:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Pengalaman Pelanggan terhadap *Pengalaman* pelanggan pada layanan bengkel Central Garage Auto Racing Surabaya
- 2) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Pengalaman Pelanggan

terhadap Loyalitas pada layanan bengkel Central Garage Auto Racing Surabaya

- 3) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara Pengalaman Pelanggan terhadap Perilaku *Word of Mouth* pada layanan bengkel Central Garage Auto Racing Surabaya
- 4) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *Pengalaman* pelanggan terhadap Loyalitas pada layanan bengkel Central Garage Auto Racing Surabaya
- 5) Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *Pengalaman* pelanggan terhadap Perilaku *Word of Mouth* pada layanan bengkel Central Garage Auto Racing Surabaya

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

- 1) Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan terutama dibidang Ilmu Manajemen mengenai pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas, Kepuasan, dan Perilaku Word of Mouth.
- 2) Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengangkat tema serupa maupun menggunakan hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

- 1) Untuk peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan wawasan serta mengasah kemampuan menganalisa permasalahan dan kasus di lapangan sehingga nantinya semua hal ini dapat turut bermanfaat dan digunakan dalam dunia kerja.
- 2) Untuk bengkel Central Garage Auto Racing penelitian ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas, Kepuasan, dan Perilaku Word of Mouth

#### **1.6. Sistematika Penelitian**

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

##### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

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

Bab ini berisi tentang gambaran obyek, temuan data, dan analisis menggunakan perangkat PLS.

## BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Padabagian saran akan berisi implikasi solusi bagi perusahaan.

