BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini kompetisi di dunia usaha sangat ketat. Perusahaan berlomba-lombah untuk menciptakan produk, maupun merek atau jasa di pasar. Guna untuk menarik konsumen dan memenagkan persaingan di pasar. Perusahaan harus selalu berinovasi supaya kebutuhan konsumen terpenuhi. Seperti yang ditunjukkan oleh persaingan antara para manajer perusahaan saat ini, setiap perusahaan menghasilkan produk baru dengan merek berbeda, yang membuat pelanggan berpikir untuk membeli lebih banyak produk di perusahaan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi pengguna, salah satunya adalah menjadikan motor tahan lama demi kepuasan konsumen.

Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada bengkel resmi Honda Mitra Ideal Sukses di Kota Batam mengenai perawatan dan pembelian suku cadang. Perusahaan Bengkel Resmi Honda Salah satu perusahaan bengkel sepeda motor Honda yaitu organisasi yang beroperasi sejak lama dan mempunyai banyak pelanggan.Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan berupaya untuk menjual produk berkualitas yang memiliki karakter unik agar lebih mengenali dan mengesankan pelanggan, sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. harus melakukan aktivitas yang mencantumkan brand dan kualitas pelayanan untuk menarik perhatian dan minat pelanggan. Ini bertujuan untuk memastikan efek pembelian yang memuaskan pada produk. Citra merek memainkan peran kunci dalam kelangsungan hidup Ahass Mitra Ideal Sukses Batam dalam persaingan. Citra merek yang positif mendorong pelanggan untuk

menyukai produk yang memiliki merek yang sesuai bahkan mendorong pelanggan untuk membeli produk merek perusahaan tersebut.

Persaingan yang semakin ketat untuk produk dan perilaku pelanggan yang ingin mencoba merek baru yang dibuat oleh perusahaan pesaing, persyaratan untuk lebih puas, menguntungkan dan lebih tertarik dengan merek baru yang membuat perusahaan tetap mencari mereknya. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus menerapkan strategi dalam mempromosikan produknya, terutama dalam hal brand image.

Logo adalah nama, simbol, corak, atau gabungan yang menggambarkan barang atau servis yang dibuat oleh industri (Cahyono, 2018). Pelanggan dalam pemilihan produk akan melalui tahap penelitian. Pada tahap ini pembeli akan mencoba merek yang berbeda. Jika diketahui bahwa label tersebut memenuhi persyaratan produk yang sama, maka pembeli akan terus mencari label tersebut.

Layanan adalah tingkat keunggulan yang direncanakan untuk keunggulan ini untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Pelayanan / layanan seperti tindakan atau aktivitas lain yang mungkin dilakukan Satu pihak ke pihak lainnya sebenarnya tidak nyata dan tidak berpengaruh pada pemiliknya. Layanan mungkin terkait dengan produk fisik, tetapi tidak dengan produk fisik. Menurut (Purnomo, 2019).

Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Syahroni, 2018). Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus

diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tidak puas berarti kinerja di bawah harapan pelanggan, sebaliknya pelanggan akan puas jika kinerja dirasakan sesuai dengan harapan dari pelanggan. Bebarapa faktor yang harus diperhatikan oleh usaha bengkel Honda AHASS agar pelanggan mendapat kepuasan antara lain merek dan kualitas pelayanan.

Mitra Ideal Sukses merupakan industri yang berfokus dibidang jasa pembengkelan spare part sepeda motor, yang beroperasi sejak tahun 2005 yang didirikan oleh Sukarjo, yang terletak di kawasan Batam yaitu di Perumnas Piayu jalan lintas mangsang Blok I no 9 yang mempunyai visi perusahaan yaitu menjadi bengkel pilihan utama bagi pemilik sepeda motor Honda, sedangkan Misi yaitu memberikan pelayanan terbaik untuk perawatan sepeda motor honda dengan mengutamakan profesionalisme, kejujuran dan keterbukaan dan mewujudkan keinginan menjadi instansi yang bermanfaat bukan hanya kepada pemilik tetapi juga kepada semua karyawan dan juga seluruh pelanggan dan masyarakat sekitar.

Namun, organisasi Mitra Ideal Sukses ini sering terjadi berbagai masalah seperti, Pelayanan kasir yang kurang memuaskan dalam melayani pelanggan, sehinggah konsumen merasa kecewa dan timbul dibenak konsumen tidak mau lagi datang ke perusahaan untuk menservice motor. Banyaknya keluhan dari konsumen karena seringnya keterlambatan mekanik dalam menservice motor. Tempat ruang tunggu service motor tidak memadai dan sempit sehinggah konsumen merasa tidak nyaman menunggu . Bengkel yang kurang bersih mengakibatkan konsumen tidak nyaman menunggu. Merek perlengkapan motor

atau merek sperpat yang kurang lengkap. Kualitas service kurang memuaskan dan Merek perusahaan kurang diminati di benak konsumen.

Perusahaan Mitra Ideal Sukses Batam menyediakan form bagi konsumen yang ingin melakukuan servis motor dan harus memenuhi berbagai persyaratan administrasi sebelum melakukan service motor sebagai berikut:

1. Mengisi form servis data sepeda motor
2. Menunjukkan KTP
3. Memperlihatkan STNK
4. Mencantumkan No Hp

Tabel 1.1 Data Penjualan motor Honda tahun 2018-2019

Merek Motor Hoda	**Penjualan tahun 2018**	**Penjualan Tahun 2019**
Honda Beat	1749	1687
Honda Vario	1639	1612
Honda Scoopy	1006	989
Honda CBR 150RR	834	790
Honda Genio	645	701
Honda CB150R	705	645
Honda Sonic 150L	738	691
Honda CRF 150L	757	665

Sumber : Peneliti 2020 Mitra Ideal Sukses Batam

Dari data diatas bisa kita lihat perbandingan merek sepeda motor Honda dari

penjualan tahun 2018 lebih banyak konsumen nya dari pada tahun 2019. Tahun 2018 kita lihat dari datanya Honda Beat lebih banyak konsumen nya dibanding Honda CRF 150L.

Tabel 1.2 Data Kualitas Pelayanan dalam 1 tahun dari bulan januari sampai desember 2019 dilihat dari form servis keluhan konsumen dan juga dari wawancara konsumen.

Keluhan Konsumen
1. Kemampuan mekanik yang belum berpengalaman dalam menservis motor sehinggah konsumen kurang puas .
2. Peralatan service mekanik kurang lengkap (kuncinya tidak lengkap)
3. Jenis merek oli yang tidak lengkap (Oli SPX)
4. Suku cadang yang tidak lengkap
5. Antrian service panjang dan proses service nya lama bangat.

Sumber: Data penelitian Mitra Ideal Sukses Batam 2020

Dari data tersebut kita bisa lihat keluhan konsumen yang sering terjadi dalam perusahaan Honda AHASS yaitu pelayanan yang diberikan mekanik kurang maksimal di benak konsumen dan juga perusahaan tidak melengkapi kebutuhan konsumen seperti merek oli yang tidak lengkap. Jumlah keseluruhan konsumen Honda AHASS Mitra Ideal Sukses Batam Dilihat dari data penjualan servis sepeda motor AHASS Mitra Ideal Sukses di Piayu per satu tahun dari bulan januari sampai desember pada tahun 2019.

Tabel 1.3 Data Kepuasan konsumen

Bulan	Jumlah Servis
Januari	680
Februari	663
Maret	706
April	635
Mei	702
Juni	577
Juli	686
Agustus	662
September	656
Oktober	628
November	647
Desember	638
Total	7.880

Sumber: Data penelitian Mitra Ideal Sukses Batam 2020

Seperti yang dilihat dari tabel di atas dan dapat di simpulkan jumlah konsumen dalam menservice sepeda motor tidak stabil atau naik turun. Pada bulan juni mengalami penurunan. Penurunan dan peningkatan ini dikarenakan citra merek dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelolah Mitra Ideal Sukses Batam kurang memuaskan bagi konsumen.

Berdasarkan data diatas penulis meyakini bahwa brand image dan kualitas pengguna yang dipersepsikan oleh pengguna merupakan topik yang sangat menarik yang akan kami berikan sebagai bahan penulisan skripsi karena perusahaan dapat mengetahui seberapa puas pengguna terhadap AHASS Mitra Ideal Success, sehingga Perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan. Berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian.

Penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Kualita Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota BATAM".

1.2. Identifikasi Maslah

Sumber uraian tentang masalah, penulis mengidentifikasi kejadian sungguh-sungguh dengan observasi berikut:

1. Pelayanan kasir kurang memuaskan dalam melayani pelanggan.
2. Banyaknya keluhan dari konsumen karena seringnya keterlambatan mekanik dalam menservice motor.
3. Tempat ruang tunggu service motor yang tidak memadai, sempit.
4. Bengkel kurang bersih.
5. Merek perlengkapan motor atau merek sperpat yang kurang bagus atau kurang terkenal di masyarakat.
6. Kualitas service kurang memuaskan.
7. Merek Perusahaan kurang terkenal di benak konsumen.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, dan usaha maka lingkup penelitian perlu di batasi . Pembahasan peneliti ini tidak meluas kemana-mana, sehingga peneliti hanya berfokus pada citra merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, serta memiliki penelitian yang terbatas terhadap orgaisasi Mitra Ideal Sukses di Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang penulis lakukan, maka dapat dibuat rumusan masalah antara lain:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam?
3. Apakah citra merek dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhada kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mitra Ideal Sukses di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua kalangan yang berhubungan dengan objek dalam penelitian ini. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan dayaguna kepada konsumen agar lebih memerhatikan tentang citra merek dan kualitas pelayanan saat menggunakan jasa dalam menservice motor.
2. Adanya masukan bagi perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan dalam sisi kualitas pelayanan/citra merek terhadap perusahaan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

   Dapat memberikan masukan pada perusahaan bidang jasa bahwa kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen

2. Bagi Universitas Putera Batam

   Menjadi referensi atau masukan terhadap peningkatan kepuasan konsumen dalam bagian kualitas pelayanan dan citra merek.