

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tindakan memenuhi kebutuhan konsumen memiliki potensi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif seseorang (Indrasari, 2019). Berbagai faktor telah diidentifikasi sebagai kunci penting dalam membentuk hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan pelanggan. Dalam konteks ini, *personal ability*, *self-efficacy*, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan menjadi variabel yang signifikan.

Pertumbuhan penjualan mobil menjadi salah satu parameter yang menunjukkan pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan di sektor industri lainnya. Menurut data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo, 2022), dikarenakan adanya pandemic, penjualan wholesales mobil sempat merosot ke 532.027 unit tahun 2020. Atau menurun lebih dari 40 persen dari 1.030.126 unit pada 2019. Pada tahun 2021, kondisi sedikit membaik. Pasar otomotif nasional mulai *recovery*. Berdasarkan data Gaikindo, penjualan mobil wholesales (distribusi dari pabrik *dealer*) tumbuh 66% *year-on-year*(yoy) menjadi 887.2.2 unit. Sementara itu, penjualan mobil ritel atau penjualan dari *dealer* ke konsumen pada tahun 2021 melesat 49,3% menjadi 864.348 unit. Berdasarkan angka yang dirilis Gaikindo, penjualan wholesale mobil sampai November 2022 sebanyak 942.499 unit. Korlantas Polri mencatat jumlah populasi kendaraan bermotor di Indonesia yang aktif sampai periode 9 Februari 2023 mencapai

153.400.392 unit. Angka tersebut mencakup 147.153.603 unit kendaraan pribadi salah satu diantaranya yaitu sebanyak 19.177.264 adalah mobil pribadi.

Semakin bertambahnya penggunaan mobil, semakin bertambah pula keinginan atau permintaan agar mobil yang dimiliki tampak bagus dan nyaman pada saat digunakan. Tentu saja mobil yang bagus dan nyaman harus dirawat dengan baik dan benar, sudah banyak bengkel mobil yang menawarkan untuk perawatan mobil seperti perawatan mesin, *body* mobil. Setiap bengkel mobil memiliki keunggulan masing-masing sehingga konsumen menjadi selektif untuk memilih mana bengkel terbaik yang dapat dipercaya yang bisa membantu menyelesaikan permasalahan mereka.

Dari hal tersebut, banyak bengkel mobil yang berlomba-lomba meningkatkan kemampuan dan kualitas pelayanan yang lebih baik dari competitor dan bisa menarik perhatian pelanggan. Saat ini peneliti akan meneliti mengenai persaingan di bisnis bengkel mobil. Semakin berkembangnya teknologi saat ini muncul beragam jenis mobil, tentu saja dengan munculnya beragam jenis mobil semakin kompleks permasalahan yang akan terjadi. Hal tersebut bisa dijadikan sebuah motivasi sekaligus inovasi bagi perusahaan untuk meningkatkan *personal ability* beserta *self-efficacy* dan juga kualitas pelayanan sebaik mungkin untuk mendapat kepercayaan konsumen. Dengan mendapat kepercayaan konsumen, perusahaan akan mendapatkan loyalitas dari para pelanggan.

Personal ability mengacu pada keterampilan, pengetahuan, dan keahlian individu dalam menangani tugas dan interaksi dengan pelanggan. Kemampuan personal ini penting karena memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan. Menurut Sudrajat (2017), *ability* adalah menghubungkan kemampuan dengan kata kecakapan. Setiap individu memiliki kecakapan yang berbeda-beda dalam melakukan suatu tindakan. Kecakapan ini mempengaruhi potensi yang ada dalam diri individu tersebut. Proses pembelajaran yang mengharuskan individu mengoptimalkan segala kecakapan yang dimiliki.

Self-efficacy merupakan keyakinan individu akan kemampuannya untuk berhasil dalam situasi tertentu. Dalam konteks layanan pelanggan, tingkat *self-efficacy* yang tinggi dari karyawan dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Beberapa literatur menggunakan sebutan *self-efficacy* untuk menyebutkan efikasi diri. *Self-efficacy* akan mendorong terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh individu untuk menjadi lebih baik, sehingga mampu menampilkan yang terbaik bagi organisasinya, bahkan dapat meningkatkan prestasi kerjanya (Baharun *et al.* 2020).

Dalam bisnis ini juga diperlukan pelayanan yang baik dari para penyedia jasa. Sudah menjadi keharusan perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

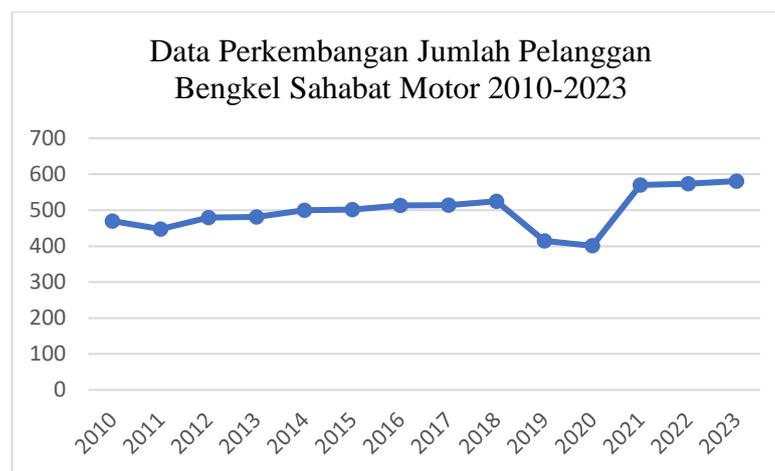
secara konsisten dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap setia terhadap merek atau perusahaan tersebut. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Customer trust atau kepercayaan pelanggan dianggap sebagai kunci dalam membentuk hubungan yang solid antara perusahaan dan pelanggan. Menurut Patrick (2002) dalam (Leninkumar, 2017) memandang kepercayaan pelanggan sebagai pikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang diwujudkan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia layanan dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka melepaskan kendali langsung. Dalam konteks loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan dapat berperan sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara *personal ability*, *self-efficacy*, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

Bengkel Sahabat Motor merupakan usaha di bidang jasa otomotif memperbaiki mobil. Bengkel Sahabat Motor dimiliki oleh Bapak Yoyok Suwarno yang didirikan pada tahun 2010 pada sebuah rumah berlokasi di Desa Tebel Barat RT 05 RW 01, kemudian pada tahun 2021 pindah dan

berlokasi di Perumahan Lotus Residence 2 Blok C-10, Dusun Suruh, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo. Usaha Bengkel Sahabat Motor ini terbilang sukses karena hingga saat ini bengkel tersebut masih ada dan meskipun mengalami beberapa kendala perusahaan bengkel ini masih tetap bertahan dan terus mengalami peningkatan pelanggan meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2019 dan 2020 kemudian berhasil bangkit pada tahun 2021 seperti data yang terdapat di bawah ini.

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo



Sumber: Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo, 2023

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh *personal ability*, *self-efficacy*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan fokus pada peran kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening. Diharapkan hasil dari penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya faktor-faktor yang disebutkan sebelumnya dalam membentuk loyalitas pelanggan. Implikasi dari temuan penelitian ini diharapkan dapat

membantu Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo dalam mengembangkan strategi pemasaran, pelatihan kemampuan karyawan, dan layanan pelanggan yang lebih efektif guna memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengaruh *personal ability*, *self-efficacy*, dan kualitas pelayanan dapat berkontribusi pada loyalitas pelanggan, dengan kepercayaan pelanggan sebagai faktor penting yang memediasi hubungan antara variabel-variabel tersebut. Dengan itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH *PERSONAL ABILITY*, *SELF-EFFICACY* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI BENGKEL SAHABAT MOTOR SUKODONO SIDOARJO)”**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Personal ability* berpengaruh signifikan terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
2. Apakah *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?

4. Apakah *Personal Ability* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
5. Apakah *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
6. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
7. Apakah *Customer Trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
8. Apakah *Personal ability* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
9. Apakah *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?
10. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Personal ability* terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap *Customer trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Personal Ability* terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-efficacy* terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Trust* terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Personal ability* terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.

9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-efficacy* terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui *Customer Trust* Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman untuk pemilik usaha Bengkel Sahabat Motor Sukodono Sidoarjo dalam meningkatkan *personal ability*, *self-efficacy*, dan kualitas pelayanan untuk memperoleh loyalitas pelanggan.
2. Diharapkan juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk ancaman yang akan datang agar dapat diminimalisir dan dikendalikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
3. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil penelitian maupun variable sejenis.

