BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alat transportasi merupakan hal utama yang dibutuhkan masyarakat untuk bepergian ke tempat tujuan. Alat transportasi dibedakan menjadi tiga berdasarkan medannya yaitu transportasi darat, laut, dan udara. Jenis transportasi darat lebih mendominasi dan lebih banyak dipakai oleh manusia pada kehidupan sehari-hari. Transportasi darat terdiri dari sepeda, delman, becak, sepeda motor, bajaj, mobil, bus, truk, dan kereta api.

Menurut data pada laman BPS terkait perkembangan jumlah kendaraan bermotor berdasarkan jenisnya, dapat disimpulkan bahwa sepeda motor merupakan kendaraan yang paling banyak jumlahnya. Berikut ini tabel perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenisnya dari tahun 2018 sampai 2020 di Indonesia.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenisnya di Indonesia dari tahun 2018 sampai 2020

Jenis Kendaraan Bermotor	**Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)**		
	2018	**2019**	**2020**
Sepeda Motor	106.657.952	112.771.136	115.023.039
Mobil Penumpang	14.830.698	15.592.419	15.797.746
Mobil Barang	4.797.254	5.021.888	5.083.405
Bus	222.872	231.569	233.261
Jumlah	**126.508.776**	**133.617.012**	**136.137.451**

Sumber: Laman Badan Pusat Statistik ((https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis.html, diakses pada 16 April 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah persebaran sepeda motor di Indonesia dari tahun 2018 sampai tahun 2020 setiap tahunnya ada peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah persebaran sepeda motor di Indonesia yaitu 106.657.952 unit. Pada tahun 2019 jumlah sepeda motor di Indonesia adalah 112.771.136 unit. Perkembangan jumlah sepeda motor dari tahun 2018 ke 2019 sebanyak 6.113.184 unit dimana angka tersebut didapatkan dari selisih jumlah sepeda motor tahun 2019 dan 2018. Persebaran sepeda motor di Indonesia pada tahun 2020 adalah 115.023.039 unit. Penambahan sepeda motor dari tahun 2019 sampai 2020 sebanyak 2.251.903 unit.

Menurut publikasi dari laman BPS tentang jumlah kendaraan bermotor, tiga provinsi di Indonesia dengan jumlah persebaran sepeda motor terbanyak pada tahun 2021 yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, dan DKI Jakarta. Berikut ini tabel jumlah kendaraan bermotor dan persentasenya pada ketiga provinsi di Indonesia dengan jumlah sepeda motor terbanyak pada tahun 2021.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Tabel 1. 2 Jumlah Kendaraan Bermotor pada Tiga Provinsi dengan Jumlah Sepeda Motor Terbanyak di Indonesia

Provinsi	Sepeda Motor	Mobil	Truk	Bus	Jumlah	Persentase (%)			
						Sepeda Motor	Mobil	Truk	Bus
Jawa Timur	20.038.439	2.022.394	762.410	38.049	22.861.292	87,65	8,85	3,33	0,17
Jawa Tengah	16.783.247	1.405.390	588.593	34.590	18.811.820	89,22	7,47	3,13	0,18
DKI Jakarta	16.734.986	3.548.304	714.278	36.486	21.034.054	79,56	16,87	3,40	0,17

Sumber: Laman BPS (https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/V2w4dFkwdFNLNU5mSE95Und2UDRMQT09/da_10/1, diakses pada 16 April 2022)

Berdasarkan tabel 1.2, Jawa Timur menempati urutan pertama dengan jumlah persebaran sepeda motor sebanyak 20.038.439 unit. Jika dipersentasekan, pengguna sepeda motor di Jawa Timur yaitu 87,65% dari jenis kendaraan

bermotor lainnya. Pada urutan kedua yaitu Jawa Tengah dengan jumlah 16.783.247 unit atau 89,22% dari jenis kendaraan bermotor lainnya. Pada urutan ketiga yaitu DKI Jakarta dengan jumlah persebaran sebanyak 16.734.986 unit atau 79,56% dari jenis kendaraan bermotor lainnya. Dari ketiga provinsi tersebut ternyata persebaran sepeda motor lebih dominan jika dibandingkan dengan kendaraan lainnya terutama di Jawa Tengah yang memiliki persentase terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak menggunakan sepeda motor untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah sepeda motor di provinsi Jawa Tengah adalah 16.783.247 unit. Berdasarkan publikasi pada laman BPS Jateng terkait jumlah kendaraan bermotor, persebaran sepeda motor terbanyak di Jawa Tengah yaitu di Kota Semarang dan Cilacap. Semarang adalah ibu kota dari Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan laman pemerintah Kabupaten Cilacap, Cilacap adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah dengan wilayah terluas (225.360,840 Ha) dan jumlah penduduknya di tahun 2021 yaitu 1.963.829 jiwa. Hal tersebut menjadi salah satu faktor banyaknya persebaran sepeda motor di Cilacap.

Berdasarkan publikasi dari laman BPS Jateng tentang jumlah kendaraan bermotor menurut kabupaten/kota dan jenis kendaraannya di Provinsi Jawa Tengah, jumlah sepeda motor di Provinsi Jawa Tengah dari tahun 2019 sampai 2021 menunjukkan peningkatan termasuk pada Kabupaten Cilacap. Berdasarkan tabel 1.3, pada tahun 2020 persebaran sepeda motor di Cilacap meningkat sebanyak 26.955 unit dan di tahun berikutnya yaitu tahun 2021 meningkat sebanyak 54.825 unit. Angka jumlah peningkatan tersebut didapatkan dari

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

perhitungan selisih antara jumlah sepeda motor pada dua tahun yang berurutan. Berikut ini tabel jumlah sepeda motor di Cilacap.

Tabel 1. 3 Persebaran Jumlah Sepeda Motor di Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Cilacap

Wilayah	**2019**	**2020**	**2021**
Kabupaten Cilacap	725.053	752.008	806.833

Sumber: Laman Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (https://jateng.bps.go.id/indicator/17/1006/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kendaraan-di-provinsi-jawa-tengah.html, diakses pada 16 April 2022)

Semakin tinggi minat konsumen terhadap sepeda motor membuat perusahaan produksi berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Di Indonesia ada berbagai merek dagang yang menjual sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), beberapa merek dagang sepeda motor di Indonesia terdiri dari Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS. Pangsa pasar sepeda motor di Indonesia disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. 4 Penjualan Sepeda Motor Domestik Indonesia 2021

Merek Dagang	Honda	Yamaha	Kawasakki	Suzuki	TVS
Persentase (%)	77,68	21,04	0,86	0,36	0,06
Jumlah (unit)	3.928.788	1.063.866	43.540	18.380	2.942

Sumber:https://tmcblog.com/2022/01/16/Honda-kuasai-7768-pangsa-pasar-sepeda-motor-2021-indonesia/ (diakses pada 18 April 2022)

Berdasarkan tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa sepeda motor dengan merek dagang Honda pada tahun 2021 mendominasi pasar dengan persentase penjualan

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

dalam negeri sebesar 77,68% dari total lima merek dagang yang ada di Indonesia. Penjualan Yamaha mencapai 21,04%, Kawasaki 0,86%, Suzuki 0,36%, dan TVS sebesar 0,06%. Sampai saat ini, Honda masih menguasai pasar sepeda motor di Indonesia. Berdasarkan laman PT Astra Honda Motor, Honda menyediakan berbagai pilihan sepeda motor yang terdiri dari jenis *matic, sport, cub, dan big bike*.

Peningkatan penjualan selalu menjadi target dari setiap usaha. Peningkatan tersebut dapat dicapai ketika perusahaan dapat mempertahankan pelanggan dan mampu menarik konsumen baru. Loyalitas seorang pelanggan dapat tercipta karena terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik. Pelanggan merasakan kepuasan ketika kebutuhannya terpenuhi dengan baik. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut akan ada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Jika pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan maka akan mempengaruhi nilai kepuasan pelanggan. Selain itu, promosi penjualan dapat dilakukan untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian.

Perusahaan dapat memanfaatkan umpan balik dari pelanggan untuk mengetahui dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang telah diberikan. Pelanggan dapat memberikan umpan baliknya pada sarana yang telah disediakan oleh perusahaan. Sarana tersebut dapat melalui kotak saran yang disediakan pada lokasi bisnis maupun dapat memanfaatkan teknologi yang sedang digemari masyarakat yaitu dengan media sosial. Pelanggan dapat memberikan kritik dan sarannya kepada perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi kedepannya, mengetahui keinginan pelanggan, dan akan menjadi lebih dekat

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

dengan pelanggan. Kepuasan dapat diperoleh dari terpenuhinya kebutuhan dan keinginan seseorang. Dengan rasa puas terhadap layanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan untuk menjadi setia dan terus berlangganan. Selain memenuhi kebutuhan konsumen, suatu bisnis dapat mempertahankan pelanggannya dengan memberikan berbagai promosi agar tertarik melakukan pembelian.

Promosi penjualan merupakan salah satu bentuk pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah penjualan suatu perusahaan. Jenis-jenis promosi terdiri dari *traditional marketing, digital marketing, direct marketing,* dan *endorsement*. Media yang dapat digunakan untuk promosi penjualan antara lain dengan menggunakan internet, televisi, brosur, spanduk, poster, radio, koran, maupun dengan memberikan produk atau layanan gratis. Promosi yang dilakukan dapat berupa potongan harga, membagikan voucher, memberikan garansi dengan syarat, memberikan layanan tambahan, pengumpulan poin *rewards*, atau dengan membuat kartu member.

Berdasarkan laporan tahunan PT Astra Internasional Tbk tahun 2021, dukungan layanan purnajual sepeda motor Honda tersedia melalui bengkel sepeda motor yang dikenal dengan AHASS (Astra Honda *Authorized Service Station*) dengan suku cadang resmi Honda. Setiap kendaraan bermotor baru maupun lama tentunya harus dijaga dan dirawat untuk meminimalisir kerusakan. Pemeliharaan kendaraan dapat dilakukan dengan pengecekan berkala pada mesin-mesinnya. Untuk mempermudah pemeliharaan kendaraan bermotor setelah pembelian,

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Honda menyediakan bengkel yang tersebar di berbagai daerah untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan laporan tahunan PT Astra Internasional Tbk tahun 2021, persebaran AHASS di Indonesia lebih dari 3.700 cabang. Bengkel ini memiliki cabang di setiap daerahnya sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Jumlah bengkel AHASS di Cilacap lebih dari 23 cabang. Berikut ini disajikan gambar tampilan laman yang menggambarkan bengkel AHASS.

Gambar 1. 1 Bengkel AHASS
Sumber: laman Astra Honda (https://www.astra-Honda.com/after-sales/*service*, diakses pada 18 April 2022)

Menurut Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 551/MPP/KEP/10/1999 tentang Bengkel Umum dan Kendaraan Bermotor, bengkel umum kendaraan bermotor berfungsi untuk merawat dan memperbaiki kendaraan bermotor agar tetap memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan. Biasanya setiap bengkel memusatkan layanannya pada satu jenis kendaraan seperti bengkel khusus sepeda motor atau mobil. Bengkel AHASS ini dikhususkan untuk melayani servis sepeda motor. Situs resmi Honda menyatakan bahwa AHASS memiliki keunggulan daya saing berkualitas dan bergaransi, responsif, nyaman, jaringan luas, modern serta lengkap. Sebagai salah satu

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

jaringan layanan Honda, maka AHASS juga menerapkan sistem Honda *Customer Care* yang terintegrasi dengan akses luring dan daring yang fleksibel dan luas untuk memberikan standar layanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Berdasarkan laman Astra Honda Motor layanan yang diberikan oleh bengkel AHASS terdiri dari:

1. Layanan *booking service*

   Layanan *booking service* berupa pemillihan waktu kunjung *service* yang menyesuaikan waktu luang pelanggan. Langkah yang dapat dilakukan untuk mendapatkan layanan ini yaitu dengan membuka laman resmi Astra Honda kemudian pilih *service*, maka akan muncul layanan-layanan yang diberikan. Jika akan memilih layanan *booking service*, bisa langsung dipilih kemudian sesuaikan dengan lokasi tempat tinggal dan bengkel yang akan dituju. Konsumen dapat memasukkan nama AHASS yang akan dituju. Hal ini dapat dilakukan untuk layanan AHASS yang lainnya juga.

2. Layanan *fast track*

   Layanan ini dikhususkan untuk pengguna motor Honda premium. Sehingga pelanggan yang memiliki motor Honda premium seperti Super Cub C125, CT125, PCX Hybrid, SH150, Forza, CRF250Rally, CBR250RR, Honda Monkey, dan PCX160 dapat memanfaatkan fasilitas antrian khusus ketika berada di bengkel AHASS.

3. *Pit Express*

   Layanan ini dikhususkan untuk penggantian oli dan *fast moving parts* yang lain seperti busi, kampas rem, ban, accu, dan saringan udara.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4. Layanan kunjung yang ditawarkan AHASS dapat dimanfaatkan oleh pelanggan yang ingin *service* tetapi tetap dirumah tanpa harus ke bengkel. Selain itu, ada juga layanan darurat 24 jam. Konsumen dapat masuk melalui laman resmi Astra Honda kemudian memilih layanan yang akan dituju maupun menghubungi secara langsung pada nomor telepon AHASS yang akan dituju.

Penelitian ini akan dilakukan pada Bengkel AHASS Bintang Motor. Menurut akun instagram bengkel AHASS Bintang Motor memiliki empat cabang di Cilacap yang berlokasi di Binangun, Kroya, dan Nusawungu. Fasilitas yang tersedia pada bengkel AHASS Bintang Motor terdiri dari *free wifi*, air mineral gratis, televisi, kursi, dan meja. Setiap bengkel AHASS memiliki standar layanan yang sama. Berdasarkan wawancara dengan narasumber dari pihak AHASS Bintang Motor, layanan yang ditawarkan AHASS Bintang Motor terdiri dari:

1. Layanan *Booking Service*

   Konsumen yang ingin menggunakan layanan *booking service* dapat menghubungi nomor telepon, *direct message* di instagram, maupun melalui *website* resmi Astra Honda.
2. Layanan *Pit Express*
3. Layanan *Fast Track*
4. Layanan kunjung

   Layanan kunjung pada bengkel AHASS Bintang Motor dapat dilakukan dengan menghubungi pihak bengkel untuk melakukan kunjungan service ke

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

rumah. Selain itu, ada program layanan kunjung ke desa-desa yang dikenal dengan "*Service* murah bareng AHASS Bintang Motor".

5. Layanan jemput antar radius 5km

   Konsumen yang akan menggunakan layanan jemput antar dapat menghubungi melalui telepon.

6. Layanan *happy hour*

   Layanan ini diberlakukan pada hari minggu mulai pukul 08.00 sampai 10.00 WIB. Pada layanan tersebut, konsumen mendapatkan diskon jasa *service* sebesar 50% dari harga sebelumnya.

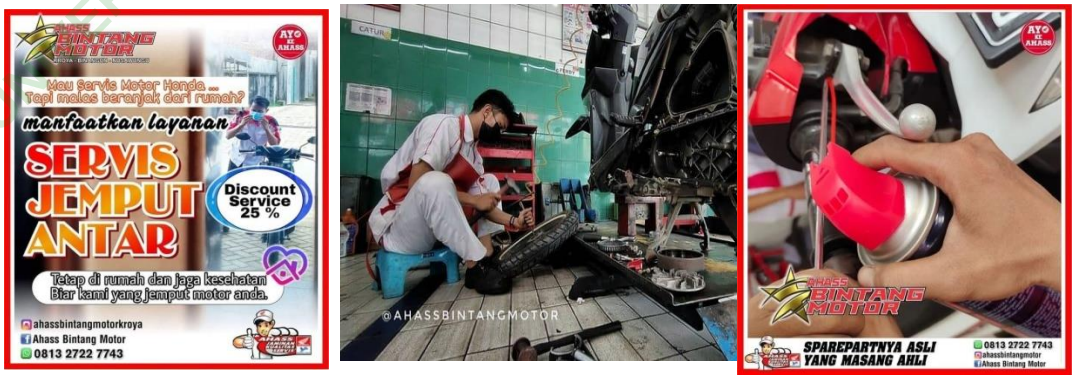
Empat cabang AHASS Bintang Motor di Cilacap disajikan dalam tabel 1.5 dan layanan AHASS Bintang Motor akan disajikan dalam gambar 1.2 berikut.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Tabel 1. 5 Empat Cabang AHASS Bintang Motor di Cilacap

Nama	Alamat
AHASS Bintang Motor	Jalan Gatot Subroto Kroya
HONDA AHASS 7846 Bintang Motor	Jalan A. Yani 529 Kroya
AHASS Bintang Motor II	Jalan Merdeka 216 Binangun
AHASS Bintang Motor Danasri	Jalan Raya Kroya Nusawungu Danasri

Sumber: https://www.instagram.com/ahassbintangmotorkroya/, diakses pada 18 April 2022



Gambar 1. 2 Layanan AHASS Bintang Motor
Sumber: akun instagram AHASS Bintang Motor

Macam-macam promosi yang diberikan AHASS Bintang Motor berdasarkan akun instagramnya terdiri dari:

1. Diskon jasa *service* 50% setiap hari minggu mulai pukul 08.00 sampai 10.00 WIB,
2. gratis antar jemput motor radius 5 km (motor diambil oleh pihak bengkel untuk *service* kemudian setelah selesai diantarkan kembali ke rumah pemilik motor),
3. diskon JARI (jasa *service* injeksi hingga 50% khusus tanggal 9 Desember 2020 untuk konsumen yang sudah melakukan pemilu),
4. *service* murah bersama AHASS Bintang Motor (kunjungan AHASS ke desa-desa dengan jasa *service* murah yaitu Rp30.000 dari harga normalnya RP55.000),
5. *end year sale* 50% (diskon 50% untuk jasa *service* pada semua tipe motor Honda pada tanggal 30-31 Desember 2020),
6. *voucher service family* (jasa *service* dua motor dengan harga Rp100.000 dari harga normalnya Rp140.000 yang berlaku pada tanggal 8-21 Februari 2021),
7. *voucher* diskon 50% untuk jasa paket *service* lengkap akhir bulan (*voucher* ini khusus untuk motor vario 110, Beat, Scoopy, Spacy, Revo, dan Blade yang berlaku pada tanggal 26 dan 28 Februari 2021),
8. diskon *service* 25% selama bulan Juli 2021(diskon berlaku untuk konsumen yang menunjukkan pamflet diskon ini dan sudah *follow* akun instagram AHASS Bintang Motor),

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

9. diskon 50% *service* lengkap dan 25% *injector cleaner* periode 1-30 Juli 2021 khusus untuk tenaga medis,
10. *service* murah Rp35.000 khusus untuk warga Desa Kroya yang berlaku sampa 31 Juli 2021,
11. *service* motor reguler bonus makan gratis untuk satu orang (hanya berlaku sementara),
12. diskon 50% untuk jasa *service* lengkap dengan syarat menunjukkan sertifikat vaksin dan hanya berlaku setelah pukul 13.00 WIB,
13. GoFast (ganti oli cepat mulai dari Rp46.000 dan gratis pengecekan),
14. G-BER (ganti part bebas antri yang meliputi ganti ban, accu, *drive belt*, dan *pad set* dengan harga lebih murah khusus di bulan september 2021),
15. *service* gratis *Soft Opening* AHASS Bintang Motor Danasri yang berlaku pada tanggal 2-5 Maret 2022.

Berikut ini gambar beberapa promosi yang dilakukan oleh AHASS Bintang Motor.

Gambar 1. 3 Pamflet Promosi AHASS Bintang Motor
Sumber: akun instagram AHASS Bintang Motor
(https://www.instagram.com/ahassbintangmotorkroya/, diakses pada 18 April 2022)

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Dharmmesta (dalam Nurullaili dan Wijayanto, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh faktor pelayanan, promosi, harga, dan kualitas produk. Faktor pertama yaitu karena adanya promosi yang diberikan oleh perusahaan. Promosi penjualan dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan atensi dari konsumen. Seperti bengkel AHASS Bintang Motor yang memberikan berbagai promosi untuk menunjang penjualannya. Beberapa promosi yang dilakukan antara lain dengan mendekati konsumen melalui program *service* murah bareng AHASS Bintang Motor yang dilakukan dengan berkunjung ke desa-desa pada waktu tertentu, potongan harga, dan berbagai promosi lainnya.

Faktor keduanya yaitu karena kualitas layanan yang diberikan ketika melayani konsumen. Kualitas layanan mencakup lima dimensi yang terdiri dari berwujud, reliabilitas, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati (Lupiyoadi, 2016). Bengkel AHASS Bintang Motor yang merupakan layanan purna jual dari merek dagang Honda ini sudah memiliki standar dalam pelayanannya kepada konsumen sehingga mampu meminimalisir kekecewaan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Promosi penjualan dan kualitas layanan yang diberikan perusahaan dapat digunakan sebagai strategi pemasaran untuk membuat konsumen tertarik dan sampai pada tahap loyal. Mempertimbangkan pesaing bisnis juga perlu dilakukan karena semakin banyak usaha pada bidang yang sama dengan memiliki ciri khas masing-masing. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari promosi

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

penjualan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh secara simultan dari promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel AHASS Bintang Motor di wilayah Cilacap.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS Bintang Motor di Cilacap.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS Bintang Motor di Cilacap.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS Bintang Motor di Cilacap.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi peneliti selanjutnya terkait promosi penjualan, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam menentukan strategi pemasaran yang berhubungan dengan promosi penjualan dan kualitas layanan untuk memberikan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam bisnisnya.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka permasalahan yang dikaji perlu dibatasi. Adapun pembatasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini meliputi:

1. Tempat yang menjadi objek penelitian adalah Bengkel AHASS Bintang Motor yang berada di Cilacap.
2. Penelitian ini hanya menguji aspek promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Responden dalam penelitian ini meliputi konsumen yang minimal sudah dua kali melakukan perawatan sepeda motor pada AHASS Bintang Motor di Cilacap.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA