

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan perusahaan otomotif yang merupakan hasil kerja sama antara Astra International dan Honda Motor Co., Ltd. AHM didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (Completely Knock Down).

Pada tahun 1981, PT Federal Motor mencapai 1 juta produksi sepeda motor Honda. Seiring dengan penerimaan masyarakat yang tinggi, PT Federal Motor mendirikan pabrik kedua di Pegangsaan dan meningkatkan kapasitas produksi menjadi 2 juta unit per tahun pada 1996. Pada tahun 2001, PT Federal Motor dan beberapa anak perusahaan merger menjadi satu dengan nama PT Astra Honda Motor. Empat tahun kemudian, pabrik ketiga sepeda motor Honda dibangun di Cikarang sehingga total kapasitas produksi meningkat menjadi 3 juta unit per tahun.



Gambar 1.1. Logo PT Astra Honda Motor

Sumber: Astra Honda, 2020

Gambar 1.1. merupakan logo perusahaan PT Astra Honda Motor (AHM). Logo AHM mencerminkan filosofi perusahaan yang berfokus pada inovasi, profesionalisme, dan semangat untuk memberikan solusi mobilitas terbaik. Warna merah melambangkan keberanian, semangat, dan komitmen untuk terus berinovasi di industri otomotif. Bentuk huruf "A" yang menyerupai segitiga merepresentasikan fondasi yang kokoh serta ambisi untuk terus maju, sementara

keseluruhan desain huruf memberikan kesan modern dan dinamis, mencerminkan fokus perusahaan pada teknologi. Penulisan nama lengkap perusahaan di bawah logo menunjukkan profesionalisme dan kepercayaan, mempertegas identitas AHM sebagai produsen motor terkemuka di Indonesia.

AHM memiliki jaringan distribusi dan layanan purna jual yang sangat luas di seluruh Indonesia. Saat ini, AHM didukung lebih dari 3.794 jaringan bengkel resmi AHAAS dengan sekitar 19.413 teknisi terlatih dan berpengalaman yang tersebar di seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mendukung visi, misi dan tujuan dari AHM. Berikut visi, misi dan tujuan yang dimiliki oleh AHM:

1. Visi:

AHM ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi pemain kelas dunia, dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia.

2. Misi:

Menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan pelayanan terbaik.

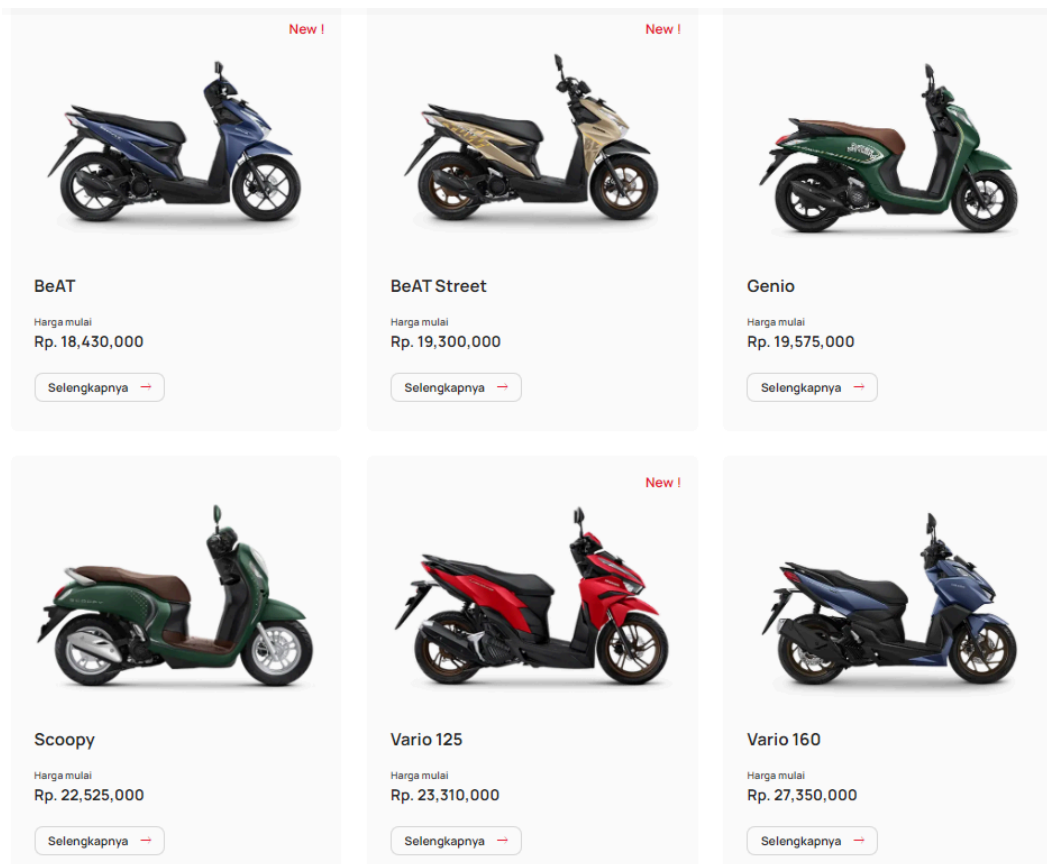
3. Tujuan:

One HEART - Melalui One HEART, Honda ingin membangun hubungan yang erat dengan setiap pengendara sepeda motor Honda. Karena Honda mengerti bahwa, sepeda motor bukan sekedar alat transportasi melainkan sarana untuk mencapai mimpi dan juga merefleksikan gaya, kepribadian dan karakter pelanggan. Oleh karena itu di setiap hal dan setiap waktu, Honda selalu ada di samping pelanggan serta menjadi partner hidup yang terus mendukung untuk mencapai cita-cita dan mimpi pelanggan.

AHM adalah produsen sepeda motor terbesar di Indonesia, yang tidak hanya menyediakan kendaraan berkualitas tinggi tetapi juga layanan purna jual yang unggul. Salah satu inovasi terbaru AHM adalah teknologi rangka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF), Rangka eSAF Honda merupakan struktur yang

menghubungkan bagian depan motor dengan tempat duduk pengendara. Rangka ini digunakan pada beberapa motor Honda yang dapat dilihat pada gambar 1.2.:

1. Honda Genio (2019-sekarang)
2. Honda BeAT (2020-sekarang)
3. Honda BeAT Street (2020-sekarang)
4. Honda Scoopy (2020-sekarang)
5. Honda Vario 160 (2022-sekarang)



Gambar 1.2. Produk PT Astra Honda Motor

Sumber: Astra Honda, 2020

Rangka eSAF dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan berkendara. Teknologi ini menggunakan material yang lebih ringan namun tetap kuat, memungkinkan pengendalian yang lebih baik dan konsumsi bahan bakar yang lebih efisien. Inovasi rangka ini menjadi salah satu daya tarik utama produk-produk Honda, terutama bagi konsumen di wilayah perkotaan yang

mencari kendaraan yang mudah dikendalikan, irit bahan bakar, dan tahan lama. Bentuk rangka eSAF dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3. Rangka eSAF PT Astra Honda Motor

Sumber: CNBC Indonesia, 2023

Harga yang ditawarkan untuk motor rangka eSAF AHM sangat bervariasi, mulai dari 18,5 juta hingga 30 juta per-unit. Harga yang bervariasi ini memudahkan konsumen dalam memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Tidak hanya itu saja, AHM menyediakan *after sales* yang sangat memanjakan konsumen, seperti *Service*, *Honda Genuine Parts*, *Honda Tire*, *AHM Oil*, *Honda Accessories*, dan *Honda Appare*.

Seluruh produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen menjadikan AHM sebagai *top of mind* pada merek motor di Indonesia. Hal ini dibuktikan dari berbagai penghargaan yang didapatkan oleh AHM, seperti:

1. **Most Wanted Brand:** Penghargaan ini menunjukkan bahwa sepeda motor Honda merupakan merek yang paling diinginkan atau dicari oleh konsumen. Ini mengindikasikan bahwa produk AHM memiliki daya tarik yang kuat di pasar dan berhasil memikat hati konsumen.
2. **Top Brand:** Penghargaan ini diberikan kepada merek yang paling populer dan sering dipilih oleh konsumen. Ini menunjukkan bahwa produk AHM

memiliki pangsa pasar yang besar dan merupakan pilihan utama bagi banyak konsumen.

3. **Motor Awards 2021:** Penghargaan ini secara khusus diberikan untuk industri sepeda motor. Ini menunjukkan bahwa Honda telah diakui sebagai salah satu merek sepeda motor terbaik pada tahun 2021.
4. **Best Brand Platinum:** Penghargaan ini merupakan tingkat tertinggi dalam kategori Best Brand. Ini menunjukkan bahwa Honda tidak hanya menjadi merek terbaik, tetapi juga memiliki kualitas yang sangat baik dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
5. **WOW Brand 2019:** Penghargaan ini diberikan kepada merek yang mampu menciptakan kejutan dan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Ini menunjukkan bahwa Honda berhasil memberikan nilai tambah dan pengalaman yang berbeda bagi konsumennya.
6. **Corporate Image Award:** Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang memiliki citra merek yang positif dan kuat. Ini menunjukkan bahwa Honda tidak hanya dikenal sebagai produsen sepeda motor, tetapi juga memiliki reputasi yang baik sebagai perusahaan.

AHM sebagai perusahaan besar di Indonesia memiliki berbagai program *Corporate Social Responsibility* (CSR), seperti pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan tata kelola perusahaan yang baik melalui implementasi Environment, Social, and Governance (ESG). Hal ini dilakukan sebagai komitmen yang tinggi AHM dalam mengelola perusahaan.

1.2 Latar Belakang

Sepeda motor telah menjadi salah satu moda transportasi yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan angka penjualan mencapai jutaan unit setiap tahunnya. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor pada Januari-April 2022 terjual sebanyak 1.702.058 unit motor sedangkan volume ekspor sepeda motor dari Indonesia mencapai 224.236 unit (Adisty, 2022).

Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2021-2022

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)	
	2021	2022
Mobil Penumpang	16.413.348	17.168.862
Mobil Bis	237.566	243.450
Mobil Barang	5.299.361	5.544.173
Sepeda Motor	120.042.298	125.305.332
Total	141.992.573	148.261.817

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa pada tahun 2022 terdapat peningkatan sebanyak 5.263.038 dari tahun sebelumnya, hal ini menyebabkan total keseluruhan sepeda motor yang terdaftar di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 125.305.332 unit (Badan Pusat Statistik, 2024).

Meningkatnya pengguna sepeda motor setiap tahunnya didorong oleh kebutuhan akan transportasi yang efisien, ekonomis, serta mampu menembus kemacetan lalu lintas di kota-kota besar. Tidak hanya di kota-kota besar, penggunaan sepeda motor juga merambah ke berbagai wilayah, baik perkotaan maupun pedesaan (ITS News, 2021).

Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah pengguna sepeda motor yang signifikan. Berdasarkan data Dinas Perhubungan Kota Bandung menyatakan bahwa pada tahun 2023 terdapat 1.7 juta unit sepeda motor dan 500 ribu unit mobil, jumlah tersebut hampir sebanding dengan jumlah penduduk Kota Bandung yang mencapai 2.4 juta orang (Republik, 2023). Hal ini mengartikan bahwa sepeda motor menjadi alat transportasi utama bagi sebagian besar penduduk Kota Bandung. Kondisi geografis yang berbukit serta kepadatan lalu lintas membuat masyarakat Bandung cenderung memilih sepeda motor sebagai sarana mobilitas sehari-hari.

Sejarah perkembangan kendaraan bermotor, sepeda motor dibedakan berdasarkan jenis transmisinya. Menurut Sarwono Eddy selaku Technical Service Division PT Astra Honda Motor, transmisi yang digunakan motor saat ini terbagi dalam dua bagian besar yaitu otomatis dan manual. Transmisi otomatis terbagi menjadi dua model yaitu CVT (Continuous Variable Transmission) dan DCT (Dual Clutch Transmission) dan transmisi manual terbagi menjadi dua model yaitu manual dan semi otomatis (Gridoto, 2019). Dilansir Momotor (2024) dari berbagai jenis motor, motor yang paling mendominasi adalah motor matic dengan persentase penjualan di Indonesia sebesar 90,5 persen dalam kuartal I tahun 2024. Banyaknya pengguna motor matic disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya mudah dioperasikan, hemat bahan bakar, desain yang menarik, praktis untuk kehidupan sehari-hari, dan spare part yang mudah didapatkan (IDN Times, 2024).

Tingginya angka pengguna sepeda motor matic, penting bagi produsen sepeda motor untuk memastikan kualitas produk dan layanan purna jual yang dapat menjamin keamanan serta kenyamanan berkendara. Kualitas produk dan layanan purna jual menjadi faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam memilih sepeda motor (Prayudhi, 2017).

Kualitas produk, terutama dalam komponen penting seperti rangka dan sistem pengereman, sangat berpengaruh terhadap keselamatan pengendara. Selain itu, layanan purna jual yang baik, seperti perawatan rutin dan ketersediaan suku cadang asli, sangat diperlukan untuk menjaga performa sepeda motor (Pro Motor Honda Jogja, 2024). Pengendara di Kota Bandung, seperti halnya di daerah lain, mengharapkan produk sepeda motor yang tidak hanya berkualitas tetapi juga didukung oleh layanan purna jual yang optimal guna memastikan keselamatan dan kenyamanan berkendara jangka panjang. Menurut Daya Motora (2024) menegaskan bahwa merawat sepeda motor merupakan hal yang sangat penting, hal ini dilakukan untuk memastikan performa sepeda motor tetap optimal serta menjaga mesin tetap awet sehingga dapat memperpanjang usia pakai sepeda motor.

PT Astra Honda Motor (AHM) sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia memiliki visi mewujudkan impian konsumen, menciptakan

kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia, tentu memberikan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi. Tidak hanya itu, AHM selaku perusahaan otomotif memberikan layanan purna jual yang sangat banyak seperti *Service*, *Honda Genuine Parts*, *Honda Tire*, *AHM Oil*, *Honda Accessories*, dan *Honda Apparel* untuk memenuhi semua kebutuhan pengguna sepeda motor Honda. Hal ini dilakukan guna menjaga manfaat relasional, kualitas layanan, dan kualitas produk pada pelanggan sepeda motor Honda.

Tahun 2023, muncul masalah terkait kualitas produk sepeda motor Honda, khususnya yang menggunakan rangka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF). Dilansir kompas.com (2023) bahwa terjadi keramaian di media sosial mengenai ka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) yang mengalami kerusakan berukar karat dan mudah patah. Hal ini langsung ditanggapi oleh Direktur Pemasaran AHM Octavianus Dwi Putro, Octavianus Dwi Putro menjelaskan bahwa kejadian ini perlu dilakukan investigasi lebih lanjut, dikarenakan belum diketahui dengan jelas penyebab dari rusaknya rangka eSAF pada kasus yang tersebar di media sosial. Permasalahan ini harus dilihat dari setiap kasus yang ada dan tidak bisa dipukul rata secara menyeluruh (Kompas, 2023).

Menurut Jayan Sentanuhady ahli mesin Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta, menyampaikan tanggapan mengenai masalah rangka eSAF, bahwa rangka motor merupakan penopang beban penumpang, mesin, dan alat-alat aksesoris motor, sehingga jika rangka motor melebihi beban yang dapat diterima oleh rangka, rangka motor dapat patah. Adapun kemungkinan lain yaitu seperti pemakaian motor yang sudah lama sehingga mengalami proses korosi atau kemungkinan rangka motor mengalami fatigue (kelelahan material) (Kompas, 2023).

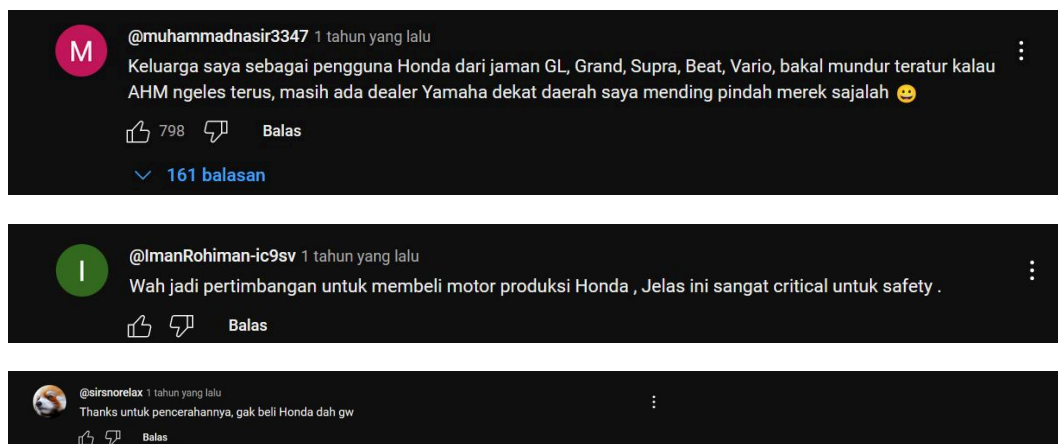
Hasil investigasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan (Ditjen Hubdat Kemenhub) bersama Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) menunjukkan ditemukan adanya karat pada bagian dalam rangka yang tidak dilapisi *coating* dan lubang pembuangan bawah yang berpotensi tersumbat akibat kotoran dalam rangka yang menutup

lubang pembuangan air, hal ini yang menjadi penyebab awal rangka eSAF dapat mengalami korosi (CNBC Indonesia, 2023).

Menurut Rina Listiani selaku Senior Manager Corporate Communication PT Astra Honda Motor menyampaikan bahwa pengguna motor Honda dengan rangka eSAF yang mengalami masalah korosi dan patah pada rangka bisa mengecek ke Astra Honda Authorized Service Station (AHAAS) terdekat untuk mengetahui apakah kerusakan dapat dicover dengan garansi atau tidak (Kompas, 2023).

Masalah ini menjadikan kekhawatiran konsumen akan daya tahan serta keamanan motor Honda yang menggunakan rangka eSAF, karena hal tersebut menyangkut ke dalam keselamatan berkendara para konsumen di jalan raya. Hal ini dapat diketahui berdasarkan ulasan pengguna motor Honda dari salah satu video berita di youtube pada gambar 1.4., berikut merupakan beberapa ulasan pengguna motor Honda:

1. “Keluarga saya sebagai pengguna Honda dari jaman GL, Grand, Supra, Beat, Vario, bakal mundur teratur kalau AHM ngeles terus, masih ada dealer Yamaha dekat daerah saya mending pindah merek sajalah:)”
2. “Wah jadi pertimbangan untuk membeli motor produksi Honda, Jelas ini sangat critical untuk safety”
3. “Thanks untuk pencerahannya, gak beli Honda dah gw”



Gambar 1.4. Ulasan Pengguna Motor Honda di Youtube

Sumber: Otomotif TV, Youtube, 2023

Tidak hanya itu, konsumen merasa dirugikan karena layanan purna jual yang dirasa lambat dalam merespons keluhan pelanggan. Dilansir medcom.id (2023) Berimbas dari masalah rangka eSAF, berujung AHM memberikan solusi pada setiap konsumen yang memiliki keluhan untuk mendatangi gerai AHASS agar diberikan cairan anti karat. Hal ini menyebabkan komentar miring dari pengguna motor Honda, seperti “Orang ribet mana yang beli motor baru turun dari dealer disuruh pretelin masukin bengkel lagi”, “Beli mahal-mahal masih repot semprot anti karat, kaya cuman ada satu merek motor aja”, dan “Sebelum 2023 mah aman ya beli motor nggak perlu bongkar2 pasang anti karat ya. turut prihatin buat para pengguna Honda”. Dampak pada masalah ini mempengaruhi loyalitas konsumen serta menurunkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk-produk Honda. Hal ini selaras dengan penelitian Ramadhan & Sarah (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Sinulingga & Putra (2024) kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Pada penelitian ini penulis merujuk pada penelitian Sastra & Baihaqi (2021) dengan judul “*The Effect of Relational Benefits, Service Quality, and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*”, penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat relasional dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan atau loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan dan Variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dari penelitian terdahulu sehingga pada penelitian ini akan menguji kembali penelitian yang telah ada sebelumnya. Namun pada penelitian ini, akan menggunakan motor honda rangka e-saf Kota Bandung sebagai objek penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh manfaat relasional, kualitas pelayanan dan kualitas produk, terutama terkait dengan isu rangka eSAF, terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Kota Bandung. Maka dari itu, penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh Manfaat Relasional, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Motor Honda Rangka E-Saf Kota Bandung” sebagai judul pada penelitian ini. Mengingat pentingnya manfaat relasional, kualitas produk dan layanan purna jual dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana tiga faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi PT Astra Honda Motor untuk meningkatkan kualitas produk serta layanan purna jual perusahaan guna memulihkan kepercayaan pelanggan dan menjaga loyalitas konsumen di masa mendatang.

1.3 Perumusan Masalah

Seiring dengan peningkatan jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, produsen sepeda motor seperti PT Astra Honda Motor (AHM) dituntut untuk terus menjaga kualitas produk dan layanan purna jual. Sepeda motor dengan rangka Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) menjadi sorotan karena masalah korosi dan patahnya rangka, yang memicu kekhawatiran akan keamanan dan kualitas produk tersebut. Keluhan ini disampaikan oleh konsumen melalui berbagai media sosial, yang kemudian menurunkan tingkat kepercayaan terhadap produk Honda.

Masalah ini berpotensi mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain kualitas produk, kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh manfaat relasional, yaitu hubungan yang terjalin antara pelanggan dan produsen, serta kualitas layanan yang diberikan oleh AHM, baik dalam hal layanan purna jual maupun respon terhadap keluhan konsumen. Hal ini selaras dengan penelitian Ramadhan & Sarah (2024) dan Sinulingga & Putra (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan

terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Sastra & Baihaqi (2021) yang menunjukkan bahwa manfaat relasional dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan atau loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana manfaat relasional, kualitas layanan, dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan dengan objek sepeda motor Honda, khususnya yang menggunakan rangka eSAF di Kota Bandung sebagai.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah manfaat relasional berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?
5. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara manfaat relasional dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?
6. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?

7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh positif manfaat relasional terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
3. Mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
4. Mengetahui pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
5. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang memediasi hubungan antara manfaat relasional dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
6. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.
7. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang memediasi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda rangka eSAF di Kota Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Berikut merupakan manfaat yang diharapkan pada penelitian ini:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Secara khusus, manfaat teoritis dari penelitian ini meliputi:

1. Menambah wawasan dan literatur mengenai pengaruh manfaat relasional, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks industri otomotif, khususnya sepeda motor Honda dengan teknologi rangka eSAF.
2. Memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mengembangkan model teoritis yang lebih komprehensif terkait dengan manfaat relasional, kualitas produk dan pelayanan.
3. Menyediakan kerangka pemikiran yang dapat digunakan oleh akademisi untuk mengkaji lebih lanjut hubungan antara pengaruh manfaat relasional, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam industri otomotif, terutama bagi PT Astra Honda Motor (AHM) dan para pelaku bisnis otomotif lainnya. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini meliputi:

1. Memberikan gambaran yang jelas kepada manajemen PT Astra Honda Motor (AHM) mengenai pengaruh manfaat relasional, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Informasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan memperbaiki layanan kepada pelanggan.
2. Memberikan masukan kepada manajemen dalam hal pengembangan produk, terutama yang berkaitan dengan rangka eSAF, agar dapat terus memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan di masa mendatang.

3. Menyediakan informasi penting bagi dealer resmi Honda di Kota Bandung tentang bagaimana manfaat relasional, kualitas pelayanan dan produk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat memaksimalkan potensi penjualan dan layanan purna jual.
4. Menjadi acuan bagi pelaku bisnis otomotif lainnya dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan yang pelaku bisnis tawarkan agar mampu bersaing dalam industri yang semakin kompetitif.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini berisi penjelasan ringkas mengenai struktur laporan penelitian yang disusun dari Bab I hingga Bab V, sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum penelitian, menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir. Secara keseluruhan, bab ini bertujuan untuk memberikan pengantar dan dasar mengapa penelitian ini dilakukan, serta apa yang hendak dicapai. Isi Bab I meliputi:

- a. Latar Belakang Penelitian
- b. Perumusan Masalah
- c. Tujuan Penelitian
- d. Manfaat Penelitian
- e. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Tinjauan pustaka terdiri dari teori-teori yang mendukung, penelitian terdahulu yang relevan, serta kerangka pemikiran yang digunakan untuk membangun dasar penelitian ini. Apabila diperlukan, hipotesis penelitian juga akan dimasukkan dalam bab ini. Isi Bab II meliputi:

- a. Teori Umum dan Khusus yang Relevan
- b. Penelitian Terdahulu

- c. Kerangka Pemikiran
- d. Hipotesis (jika diperlukan)

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode yang dipilih akan dijabarkan, mulai dari jenis penelitian, teknik pengumpulan data, hingga cara analisis data. Isi Bab III meliputi:

- a. Jenis Penelitian
- b. Operasionalisasi Variabel
- c. Populasi dan Sampel (untuk penelitian kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk penelitian kualitatif)
- d. Teknik Pengumpulan Data
- e. Uji Validitas dan Reliabilitas (jika diperlukan)
- f. Teknik Analisis Data

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil temuan penelitian yang sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Data yang telah dianalisis akan disajikan dalam bagian hasil penelitian, sementara pembahasan memberikan interpretasi dan analisis dari hasil yang diperoleh, serta membandingkannya dengan teori atau penelitian terdahulu. Isi Bab IV meliputi:

- a. Hasil Penelitian
- b. Pembahasan dan Analisis Hasil
- c. Perbandingan dengan Teori atau Penelitian Terdahulu

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini merangkum hasil utama dari penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian. Kesimpulan harus bersifat padat dan langsung mengacu pada temuan penelitian. Bab ini juga memberikan saran

yang berkaitan dengan implementasi hasil penelitian serta usulan untuk penelitian lebih lanjut. Isi Bab V meliputi:

- a. Kesimpulan
- b. Saran