

**USULAN PERBAIKAN DI AHASS DAM
BERDASARKAN FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP MINAT BELI ULANG JASA DI BENGKEL
MOTOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Michael Lourens Pelletimu

NPM : 6131901008



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2024**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Michael Lourens Pelletimu
NPM : 6131901008
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN DI BENGKEL AHASS DAYA
ADICPTA MOTORA BERDASARKAN FAKTOR
YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI
ULANG JASA DI BENGKEL MOTOR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 7 Februari 2024

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.N.P.M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Michael Lourens Pelletimu

NPM : 6131901008

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

**USULAN PERBAIKAN DI BENGKEL AHASS DAYA ADICIPTA MOTORA
BERDASARKAN FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI
ULANG JASA DI BENGKEL MOTOR**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 16 Januari 2024



Michael Lourens Pelletimu

NPM: 6131901008

ABSTRAK

Seiring berkembangnya perekonomian terdapat perkembangan persaingan dalam dunia perdagangan baik perdagangan produk maupun jasa yang semakin ketat, pertumbuhan jumlah penduduk serta teknologi menjadi faktor yang signifikan dalam memengaruhi permintaan produk dan jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk dapat menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen. Kebutuhan akan mobilitas yang semakin meningkat mendorong perkembangan kendaraan bermotor, yang mengalami kemajuan pesat dari tahun ke tahun. Dalam konteks ini, bengkel motor semakin berkembang, dan konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih layanan bengkel, menginginkan hasil yang terbaik sesuai dengan ekspektasi mereka. Situasi ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan, yang harus mengembangkan strategi yang tepat untuk mendapatkan posisi yang baik di benak konsumen. AHASS Daya Adicipta Motora menghadapi kendala dalam mencapai target pendapatan, diperkirakan karena kurangnya minat beli ulang konsumen dan munculnya pesaing dengan harga yang lebih bersaing. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang yaitu kualitas layanan, keunggulan produk/jasa, harga, terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya berpengaruh terhadap minat beli ulang. Serta merumuskan usulan untuk meningkatkan minat beli ulang di AHASS Daya Adicipta Motora. Melalui penyebaran kuesioner kepada 101 responden, data dikumpulkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang. Model penelitian melibatkan variabel intervening, yaitu kepuasan pelanggan, yang dikembangkan dari model sebelumnya. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan Aplikasi Smart-PLS. Hasilnya menunjukkan bahwa empat variabel, yaitu harga, keunggulan produk/jasa, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang. Dilakukan juga penentuan prioritas perbaikan dengan menggunakan *Importance Performance Map Analysis* (IPMA). Berdasarkan matrik pada IPMA terdapat variabel yang perlu diprioritaskan yaitu kualitas layanan, harga, keunggulan produk/jasa, dan kepuasan pelanggan serta didapati sebanyak empat usulan dari beberapa gabungan usulan variabel. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang, usulan-usulan dapat diajukan untuk meningkatkan minat beli ulang, berdasarkan faktor yang terkait dengan kualitas layanan, keunggulan produk/jasa, harga dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

With the growth of the economy, there has been an escalation of competition in the trading world, encompassing both product and service trade, with an increasingly fierce rivalry. Factors such as population growth and technological advancements play a significant role in influencing the demand for products and services. Consequently, companies need to possess the capability to provide products and services that align with the needs and desires of consumers. The rising demand for mobility propels the rapid development of motor vehicles each year. In this context, motorcycle workshops are expanding, and consumers are becoming more selective in choosing workshop services, seeking outcomes that meet their expectations. This situation poses challenges for companies that must formulate appropriate strategies to secure a favorable position in the minds of consumers. AHASS Daya Adicipta Motora faces challenges in achieving revenue targets, attributed to a presumed lack of repeat purchases and the emergence of competitors with more competitive pricing. Therefore, the focus of this research is to identify the factors influencing repurchase intentions, namely service quality, product/service excellence, price, customer satisfaction, and their impact on repurchase intentions. The study also aims to formulate proposals to enhance repurchase intentions at AHASS Daya Adicipta Motora. Through the distribution of questionnaires to 101 respondents, data were collected to identify factors influencing repurchase intentions. The research model includes an intervening variable, customer satisfaction, derived from the previous model. Data processing was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of Smart-PLS Application. The results indicate that two variables, namely price, product/service excellence, service quality, and customer satisfaction, have a positive influence on repurchase intentions. The prioritization of improvements was also determined using Importance Performance Map Analysis (IPMA). Based on the IPMA matrix, variables that require prioritization include service quality, price, product/service excellence, and customer satisfaction. Additionally, four proposals were generated from various combinations of proposed variables. Understanding the factors influencing repurchase intentions enables the formulation of proposals to enhance repurchase intentions, focusing on variables related to service quality, product/service excellence, price, and customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Terima kasih dan puji syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karunia, berkat dan rahmatNya yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi dengan judul “Usulan Perbaikan di Bengkel AHASS AHASS Daya Adicipta Motora Berdasarkan Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang Jasa di Bengkel Motor” berlangsung sampai skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi dilakukan untuk memenuhi syarat mencapai kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dukungan (materil, mental dan doa) dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak akan dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung membantu selama skripsi ini berjalan kepada:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing dari penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, saran, ilmu dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Y.M. Kinley Aritonang, Ph.D. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, ST., MT. selaku dosen penguji siding proposal skripsi yang telah memberikan saran, masukan dan kritik bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Pemilik AHASS Daya Adicipta Motora yang telah memberikan waktu, kesempatan, informasi, ijin dan ilmu kepada penulis dalam melakukan penelitian skripsi
4. Keluarga dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa demi keberhasilan dan penyelesaian skripsi dengan baik
5. Hendry Chandra, S.T., Erick Michael, S.T., Elbert Oktavion, S.T, Timothy Eugene, S.T., Jonathan Leslie, S.T., Ferian Eliazar, S.T., Rio Jonathan, dan Muhammad Sheehan selaku sahabat dan teman sekelompok selama masa perkuliahan

6. Dr. Lia Deska D., Russel Jeremy, S.E., Gerry Giovan, S.Kom., William Hartanto, S.Kom., Kevin Febrian Sutandy selaku sahabat diluar lingkungan UNPAR yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan masukan selama penyusunan skripsi berlangsung
7. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner di dalam penelitian
8. Teman-teman kelas A Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi
9. Pihak-pihak terkait lainnya yang tidak dapat dituliskan namanya satu persatu yang telah membantu dan mendukung kegiatan penyelesaian skripsi

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalam penelitian skripsi. Oleh karena itu, penulis menerima kritik ataupun saran dari pembaca yang akan sangat berharga dan bermanfaat bagi penelitian penulis. Dengan adanya kritik dan saran, maka penulis akan mencoba untuk lebih mengembangkan kemampuan dari yang penulis miliki. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 16 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-11
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-12
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-12
I.6 Metodologi Penelitian	I-13
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Minat Beli Ulang.....	II-1
II.1.1 Model Minat Beli Ulang Terdahulu.....	II-3
II.2 Kualitas Layanan	II-5
II.3 Kepuasan Pelanggan.....	II-10
II.4 Konsep Dasar Perilaku Konsumen	II-12
II.5 Faktor yang Mempengaruhi Keinginan untuk Minat Beli Ulang	II-13
II.6 Teknik Pengambilan Sampel	II-15
II.7 Jenis dan Sumber Data	II-17
II.8 Teknik Pengumpulan Data.....	II-18
II.9 Variabel Penelitian	II-19

II.10	Ukuran Sampel	II-20
II.11	SEM.....	II-20
II.12	PLS-SEM	II-21
II.12.1	Evaluasi Model PLS-SEM.....	II-23
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		III-1
III.1	Model Penelitian	III-1
III.2	Operasionalisasi Variabel.....	III-6
III.3	Pengumpulan Data	III-8
III.3.1	Penyusunan Kuesioner	III-9
III.3.2	<i>Pre-test</i> Kuesioner.....	III-9
III.3.3	Penyebaran Kuesioner	III-11
III.4	Uji Normalitas Data	III-11
III.5	Pengolahan Data	III-12
III.6	Profil Responden.....	III-13
III.7	Pengujian Model Pengukuran	III-15
III.7.1	Uji Internal Consistency Reliability	III-19
III.7.2	Uji Convergent Validity	III-20
III.7.3	Uji Discriminant Validity	III-22
III.8	Pengujian Model Struktural	III-24
III.8.1	Uji Collinearity Assesment.....	III-24
III.8.2	Uji Structural Model Path Coefficients.....	III-25
III.8.3	Coefficient of Determinants	III-27
III.9	Penentuan Prioritas Perbaikan.....	III-28
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PENINGKATAN MINAT BELI ULANG ...		IV-1
IV.1	Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2	Analisis Hasil Uji Hipotesis	IV-2
IV.3	Usulan Perbaikan Minat Beli Ulang Jasa Servis.....	IV-7

IV.3.1	Usulan Perbaikan Gabungan Kualitas Layanan dengan Keunggulan Produk/Jasa	IV-8
IV.3.1	Usulan Perbaikan Gabungan Keunggulan Produk/Jasa, Harga, dengan Kepuasan Pelanggan.....	IV-13
IV.4	Evaluasi Usulan Perbaikan	IV-16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Tabel <i>Unit Entry</i> Motor Periode Januari - Juni 2023.....	I-5
Tabel III. 1 Pengembangan Model.....	III-2
Tabel III. 2 Operasionalisasi Variabel.....	III-6
Tabel III. 3 <i>Pre-Test</i> Kuesioner Responden.....	III-10
Tabel III. 4 Profil Responden.....	III-13
Tabel III. 5 Variabel, definisi, dan butir pengukuran.....	III-16
Tabel III. 6 Nilai <i>Composite Reliability</i> Awal.....	III-19
Tabel III. 7 Nilai <i>Outer Loadings</i> Awal.....	III-20
Tabel III. 8 Nilai <i>Outer Loadings</i> Akhir.....	III-21
Tabel III. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> awal.....	III-22
Tabel III. 10 Hasil Data HTMT Awal.....	III-23
Tabel III. 11 Hasil Data HTMT Akhir.....	III-23
Tabel III. 12 Tabel VIF.....	III-25
Tabel III. 13 Tabel <i>Path Coefficients</i>	III-25
Tabel III. 14 Tabel <i>Total Effect</i>	III-27
Tabel III. 15 Tabel Hasil Uji <i>Coefficient of Determinants</i>	III-28
Tabel III. 16 Nilai Rata-Rata Faktor Minat Beli Ulang Bengkel DAM.....	III-29
Tabel III. 17 Nilai <i>Importance, Performance</i> Minat Beli Ulang (MBU) AHASSDAM.....	III-29
Tabel IV. 1 Progres Penentuan Usulan KL1.....	IV-8
Tabel IV. 2 Progres Gabungan Penentuan Usulan KL2, KL4, KPJ2, dan KPJ3.....	IV-10
Tabel IV. 3 Progres Gabungan Penentuan Usulan KL3 dan KL5.....	IV-12
Tabel IV. 4 Progres Gabungan Penentuan Usulan KPJ1, HR2, HR3, KP2, KP3.....	IV-14
Tabel IV. 5 Evaluasi Usulan Perbaikan.....	IV-16

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Bengkel AHASS Daya Adicipta Motora.....	I-3
Gambar I. 2 Data <i>Unit Entry</i> Periode Januari-Juni 2023.....	I-4
Gambar I. 3 Hasil Survei Responden Kuesioner.....	I-7
Gambar I. 4 Minat Kembali ke AHASS DAM.....	I-7
Gambar I. 5 Alasan Konsumen Tidak Berminat Datang Kembali.....	I-8
Gambar I. 6 Alasan Konsumen Datang Kembali ke AHASS DAM.....	I-10
Gambar I. 7 Flowchart Metodologi Penelitian.....	I-14
Gambar II. 1 Model Penelitian Olive, et al. (2022).....	II-4
Gambar II. 2 Model Penelitian Bayhaqi, et al. (2006).....	II-5
Gambar II. 3 Model Jalur PLS-SEM.....	II-22
Gambar III. 1 Model Penelitian.....	III-5
Gambar III. 2 Uji Normalitas Data.....	III-12
Gambar III. 3 Model Penelitian Smart PLS-SEM Awal.....	III-15
Gambar III. 4 IPMA Bengkel AHASS Daya Adicipta Motora.....	III-30
Gambar IV. 1 Usulan SOP Pemeliharaan Kebersihan.....	IV-9
Gambar IV. 2 Contoh Pelatihan yang dapat diberikan.....	IV-11
Gambar IV. 3 Poster kontak whatsapp untuk <i>booking service online</i>	IV-12
Gambar IV. 4 Usulan poster edukasi untuk konsumen.....	IV-15

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A WAWANCARA KONSUMEN MENGENAI MINAT BELI ULANG

LAMPIRAN B KUESIONER PENELITIAN

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab ini dibahas mengenai pendahuluan terkait upaya meningkatkan minat beli ulang jasa servis di AHASS Daya Adicipta Motora, dengan merujuk pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang jasa sepeda motor. Dalam bagian pendahuluan, akan dibahas tujuh poin utama, mencakup latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Penjelasan mengenai tujuh poin utama dalam pendahuluan akan diuraikan pada sub-bab berikutnya.

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada dunia bisnis tentunya saat ini sudah tidak diragukan lagi pada penjualan suatu produk maupun jasa, biasanya suatu perusahaan menciptakan produk tentu dengan menyediakan jasa layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen sesuai dengan produk tersebut. Suatu perusahaan harus dapat selalu mampu untuk mengembangkan setiap produk maupun layanan jasa pada setiap peluang yang ada. Setiap perusahaan tentunya perlu mengetahui setiap kelebihan dan kekurangan perusahaannya maupun para kompetitor untuk dapat memenangkan setiap aspek persaingan pasar. Oleh karena itu dibutuhkannya solusi dalam menghadapi untuk menyelesaikan masalah mengenai *target unit entry* yang mengalami penurunan selama 5 bulan ke belakang (Periode Februari - Juni 2023). Kondisi bengkel AHASS Daya Adicipta Motora saat ini mengalami penurunan *unit entry* dimana perusahaan tidak mampu untuk mencapai target *unit entry* bulanan maupun harian, dan dari perusahaan sendiri belum ada tim yang berfokus pada penyelesaian masalah penurunan *unit entry*. *Unit entry* sendiri disini memiliki arti yaitu suatu jumlah *unit* sepeda motor yang datang ke AHASS Daya Adicipta motora untuk masuk, membeli atau melakukan layanan jasa servis yang disediakan oleh AHASS Daya Adicipta Motora, yang berlokasi di Jl. Raya Cibeureum No.26, Campeka, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40184.

Perkembangan sepeda motor Honda saat ini terus berkembang, apalagi

pada wilayah kota Bandung yang dimana penggunaan sepeda motor sudah menjadi transportasi senjata utama bagi setiap orang dalam melakukan kegiatan sehari-harinya, baik para mahasiswa maupun pekerja kantor. Fenomena ini membuktikan bahwa peluang bisnis yang menjanjikan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa bengkel sepeda motor. Setiap pelanggan yang datang diharapkan untuk kembali menggunakan layanan jasa yang telah dinikmati atau *repeat order*.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), "Pembelian atau penggunaan ulang biasanya menandakan bahwa produk tersebut memenuhi persetujuan pelanggan dan pelanggan bersedia memakai kembali". Sedangkan pengertian pembelian ulang atau minat beli ulang menurut Peter/Olsen dalam Novantiano (207:24) adalah "Kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali". Jadi pembelian ulang atau minat beli ulang adalah suatu proses membeli barang atau jasa untuk kesekian kalinya, setelah melakukan proses pembelian produk atau jasa sebelumnya. Pengambilan keputusan suatu pembelian ulang merupakan pengembangan teori keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian ulang tercipta setelah konsumen melakukan serangkaian proses pembelian konsumen, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Adanya suatu minat beli untuk kembali menggunakan barang atau jasa merupakan cerminan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan berkualitas sehingga pelanggan merasa puas.

Dengan adanya pembelian minat beli ulang barang atau jasa secara terus menerus oleh pelanggan maka akan menciptakan penjualan yang maksimal, dan penjualan yang maksimal tentunya merupakan salah satu tujuan utama dari perusahaan untuk tetap bertahan dalam usaha yang dijalankannya, untuk mencapai upaya pencapaian tersebut perusahaan perlu meningkatkan minat beli ulang. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggan yang dijadikan andalan perusahaan dalam mempertahankan konsumen.

Perusahaan sepeda motor Honda yang mengedepankan kualitas pelayanan jasa dengan beberapa event promosi yang menarik ditawarkan adalah Bengkel Motor AHASS Daya Adicipta Motora adalah Bengkel Motor resmi sepeda motor Honda AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) yang menyediakan jasa layanan servis untuk melakukan perawatan sepeda motor

honda dan pelayanan *after sales service* di Indonesia, serta melayani juga pembelian unit sepeda motor honda beserta sparepart resmi atau Genuine secara langsung dari honda. AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) telah dipercaya menjadi penyedia jasa layanan servis yang ternama serta berkualitas di pasarnya, bengkel ini dapat memberikan dan menciptakan keunggulan daya saing atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan dan beberapa macam *event* promosi yang menarik dalam upaya menarik perhatian pasar serta mempertahankan pelanggan dan mendatangkan pelanggan baru, yaitu tentunya dengan mengedepankan kepuasan pelanggan sehingga setiap pelanggan dari AHASS ingin melakukan minat beli ulang dalam layanan jasa servis.

Kebijakan yang diberikan dari kantor pusat yaitu AHM (Astra Honda Motor) menginginkan AHASS Daya Adicipta Motora memiliki ketersediaan mekanik yang paling banyak dibandingkan cabang AHASS lainnya, dikarenakan AHASS Daya Adicipta Motora merupakan bengkel *Main Dealer* (Bengkel Utama) dari seluruh cabang yang ada di Jabodetabek.

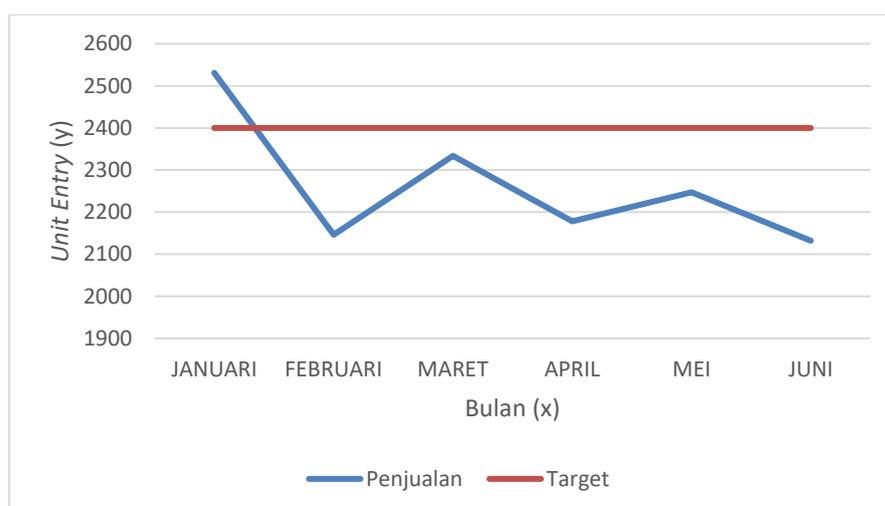


Gambar I. 1 Bengkel AHASS Daya Adicipta Motora

Pada Gambar I.1 merupakan kondisi bengkel AHASS Daya Adicipta Motora yang memiliki kapasitas PIT dan mekanik sebanyak 24 pekerja mekanik dan 24 PIT. Dari kebijakan perusahaan maupun kebijakan dari pusat tidak ingin melakukan *layoff* atau pengurangan pekerja, dikarenakan AHASS Daya Adicipta Motora merupakan cabang utama sehingga kebijakan dari AHM sendiri tidak ingin mengurangi pekerja mekanik yang ada di AHASS Daya Adicipta Motora. Sehingga hanya ada satu solusi yang paling tepat yaitu mendatangkan *unit entry* dengan

memberikan penawaran khusus seperti paket-paket promosi, maupun permainan harga lainnya dibuat menarik sedemikian mungkin agar dapat mempertahankan pelanggan maupun mendatangkan pelanggan baru yang sebelumnya tidak tertarik untuk datang servis sehingga tertarik ingin menjadi datang untuk melakukan servis di AHASS. Dari hasil wawancara dengan kepala bengkel AHASS Daya Adicipta Motora bahwa didapati juga keluhan bahwa di hari *weekday* seperti pada hari Selasa, Rabu, dan Kamis bengkel AHASS Daya Adicipta Motora sangat sepi pengunjung.

Didapati data *unit entry* (*unit entry* merupakan satuan unit sepeda motor yang datang untuk melakukan servis) periode bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2023, dimana teridentifikasi bahwa penurunan *unit entry* dan tidak tercapainya target yaitu sebesar 2300 *unit entry* target dari AHASS Daya Adicipta Motora terus berangsur mengalami penurunan selama lima bulan ke belakang yang awalnya pada awal tahun di bulan Januari didapati data servis yang masuk sebanyak 2531 *unit entry* sepeda motor, namun setelah berjalan selama lima bulan kebelakang mengalami penurunan terus menerus hingga didata bulan Juni 2023 terakhir terdapat 2132 *unit entry* sepeda motor yang ingin melakukan servis, jika dihitung AHASS Daya Adicipta Motora telah mengalami penurunan sebanyak 399 *unit entry* sepeda motor dan tidak mencapai target sebanyak lima kali periode Januari hingga Juni 2023.



Gambar I. 2 Data *Unit Entry* Periode Januari-Juni 2023

Dari grafik diatas Gambar I.2, menunjukan bahwa perlunya tindakan lebih

lanjut untuk menangani masalah penurunan *unit entry* ini, dikarenakan apabila dibiarkan dan tidak dicegah maka akan memberikan dampak kerugian yang lebih besar lagi, dikarenakan sudah ditemukan beberapa identifikasi masalah yang menyebabkan AHASS Daya Adicipta Motora mengalami penurunan *unit entry* sehingga dari permasalahan tersebut harus segera diselesaikan dan diperbaiki sebelum mengalami kerugian lebih lagi.

Tabel I. 1 Tabel *Unit Entry* Motor Periode Januari - Juni 2023

No	Bulan	Jumlah <i>Unit Entry</i> Motor
1	Januari	2531
2	Februari	2146
3	Maret	2334
4	April	2178
5	Mei	2247
6	Juni	2132

Dapat dilihat pada Tabel I.1 diatas merupakan data tabel jumlah *unit entry* periode bulan Januari – Juni 2023, dimana pada periode tersebut mengalami penurunan *unit entry* yang cukup signifikan karena beberapa faktor dugaan yang telah diteliti, pada subbab berikutnya akan dijelaskan lebih rinci mengenai hasil identifikasi masalah yang ditemukan berdasarkan wawancara serta dugaan dari *problem owner*.

I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

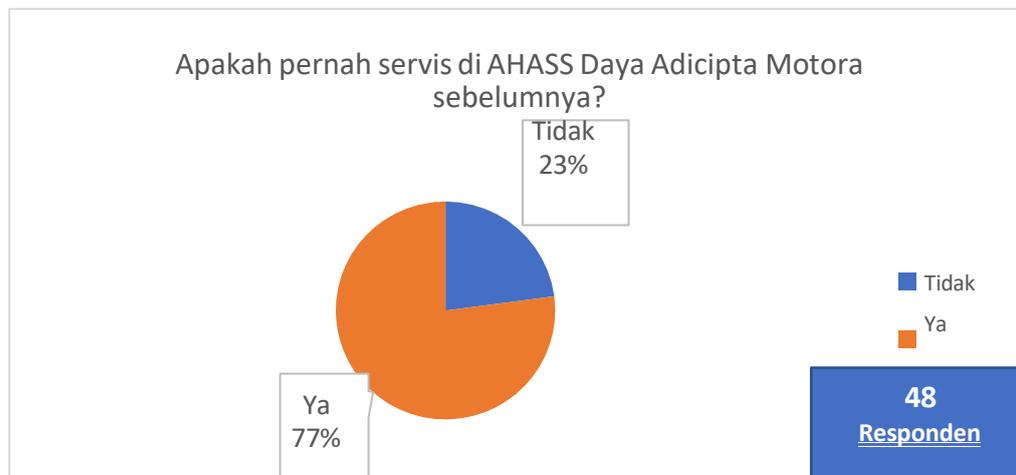
Menurunnya *unit entry* servis di AHASS Daya Adicipta Motora menyebabkan menurunnya pendapatan penjualan jasa servis yang dimiliki oleh bengkel AHASS Daya Adicipta Motora. Penelitian kali ini akan berfokus kepada kompetitor yang merupakan menjadi masalah utama bagi bengkel AHASS kali ini, dikarenakan dari hasil wawancara dengan *problem owner* bengkel AHASS Daya Adicipta Motora dugaan masalah penurunan *unit entry* ini dikarenakan adanya kompetitor yang mulai bermunculan dengan memberikan jasa servis yang serupa namun dengan harga yang lebih murah, oleh karena itu perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut agar masalah ini dapat segera diatasi. Hal yang perlu dilakukan oleh bengkel AHASS Daya Adicipta Motora yaitu perlu melakukannya peningkatan kompetisi di pasar jasa servis sepeda motor.

Saat ini, AHASS Daya Adicipta Motora menghadapi tantangan signifikan

dalam menjaga dan meningkatkan jumlah unit entry untuk layanan sepeda motor mereka. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah persaingan sengit dengan kompetitor sejenis yang baru muncul di pasar pelayanan purnajual sepeda motor. Kompetitor-kompetitor tersebut, seperti Planet Ban, Mr. Montir, Moto Quick, dan Proban Motoparts, telah berhasil menarik perhatian pelanggan dengan menawarkan jasa servis yang sebanding, bahkan identik, dengan AHASS Daya Adicipta Motora. Perbedaan kunci terletak pada harga yang ditawarkan oleh kompetitor-kompetitor ini, yang seringkali jauh lebih rendah dibandingkan dengan AHASS. Hal ini telah mengakibatkan berkurangnya jumlah pelanggan yang memilih untuk menggunakan layanan AHASS, mengancam volume bisnis dan stabilitas pasar AHASS dalam jangka panjang yang telah teridentifikasi dari data sebelumnya.

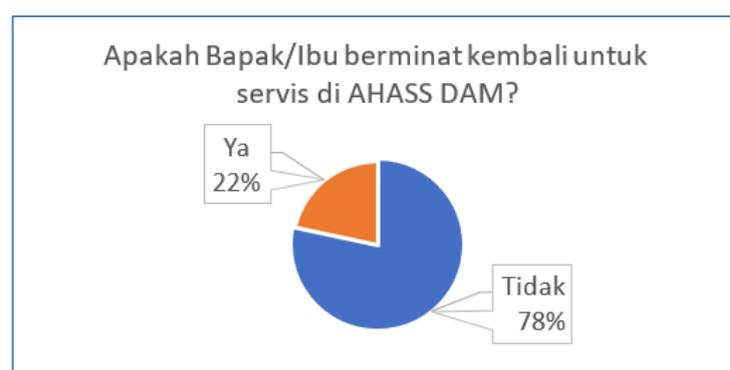
Persaingan harga yang semakin meningkat antara AHASS dan kompetitor-kompetitor ini telah memunculkan pertanyaan kritis tentang bagaimana pelanggan memilih penyedia layanan servis sepeda motor mereka. Meskipun harga yang lebih rendah dapat menjadi faktor penentu bagi sebagian pelanggan, perlu dipertimbangkannya dampak jangka panjang dari pemilihan penyedia layanan berdasarkan persaingan harga. Kualitas layanan, kualitas suku cadang, dan pengalaman pelanggan juga harus menjadi pertimbangan utama.

Dalam subbab ini, akan dianalisis lebih lanjut dampak persaingan harga yang ketat dengan kompetitor-kompetitor seperti Planet Ban, Mr. Montir, Moto Quick, dan Proban Motopars terhadap jumlah unit entry untuk layanan sepeda motor di AHASS Daya Adicipta Motora. Solusi-solusi yang berpotensi akan dieksplorasi untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan daya saing AHASS di pasar pelayanan purnajual yang semakin ketat ini. Selanjutnya dilakukan penelitian kepada kompetitor *franchise*, maupun bengkel-bengkel umum dipinggir jalan. Survei dilakukan kepada target pasar AHASS yaitu pengguna sepeda motor honda namun yang sering melakukan servis di bengkel-bengkel kompetitor.



Gambar I. 3 Hasil Survei Responden Kuesioner

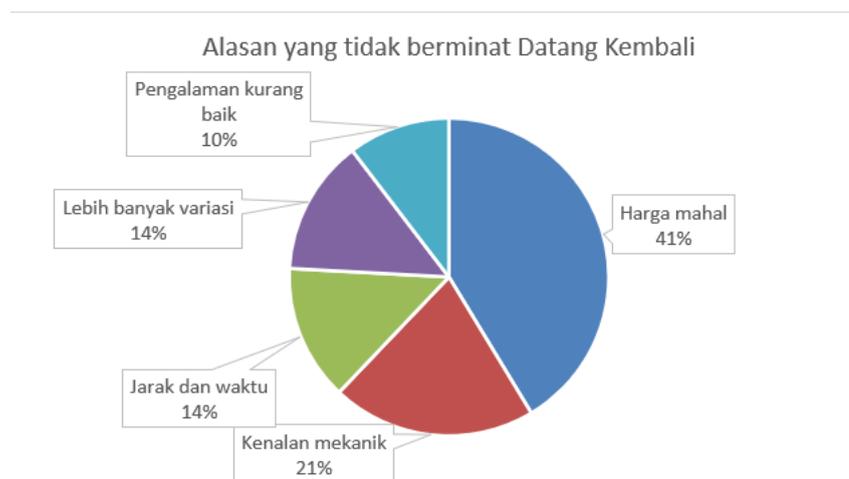
Dapat dilihat bahwa pada Gambar I.3 didapati hasil data survei yang memiliki responden sebanyak 48 responden, dan dari hasil survei sebanyak 77% dari 48 responden menunjukkan dan mengaku bahwa pernah melakukan servis di AHASS sebelumnya namun telah berpindah saat ini ke kompetitor dikarenakan alasan-alasan tertentu yang diperhitungkan oleh setiap *customer*, dan sisanya sebanyak 23% tidak pernah sama sekali atau hanya mengklaim garansi servis gratis sebanyak empat kali dalam satu tahun, namun setelah itu tidak pernah kembali untuk servis ke AHASS dikarenakan alasan-alasan tertentu yang akan diteliti lebih lanjut pada bagian-bagian berikutnya.



Gambar I. 4 Minat Kembali ke AHASS DAM

Pada Gambar I.4 teridentifikasi kembali mengenai rendahnya minat beli ulang atau melakukan servis kembali di bengkel AHASS Daya Adicipta Motora, bahwa sebesar 77% yang pernah servis di AHASS DAM sebelumnya memilih untuk tidak kembali melakukan servis ke AHASS DAM sebesar 78%. Identifikasi

masalah dalam konteks pelanggan yang pindah ke kompetitor setelah sebelumnya pernah melakukan servis di AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) dapat diuraikan menjadi beberapa bagian, meskipun pelanggan telah menggunakan layanan servis AHASS sebelumnya, mereka memutuskan untuk beralih ke kompetitor, baik bengkel independen yang biasa berdiri dipinggir jalan maupun stasiun bengkel servis resmi bermerek yang merupakan perusahaan *franchise* yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya, para kompetitor tersebut yang merupakan menjadi fokus penelitian kali ini. Hal ini dapat mengindikasikan adanya masalah yang mendasar yang menyebabkan kehilangan loyalitas pelanggan. Berdasarkan penyebaran kuesioner, didapatkan 5 faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan suatu tempat bengkel yang dapat dilihat pada Gambar I.5

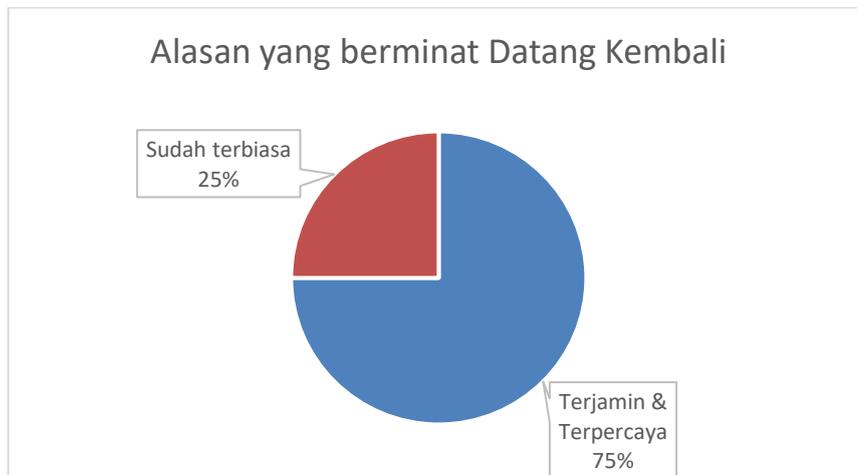


Gambar I. 5 Alasan Konsumen Tidak Berminat Datang Kembali

Gambar I.5 Merupakan hasil data dari 77% *customer* yang pernah melakukan servis di AHASS sebelumnya namun saat ini telah pindah ke kompetitor dan tidak ingin kembali datang ke AHASS Daya Adicipta Motora karena beberapa alasan yang teridentifikasi dari hasil wawancara dan survei seperti pada data tabel diatas, bahwa sebanyak 77% yang pernah melakukan servis di AHASS memiliki alasan utama tertingginya yaitu dikarenakan masalah harga yang tidak bersaing dengan indikasi kompetitor yang saat ini mulai bermunculan dengan merek *franchise* resmi seperti yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya, berikut merupakan *list* dari masalah utama alasan pindahnya *customer* AHASS ke kompetitor:

1. Harga yang Tidak Bersaing, merupakan masalah utama dan tertinggi dari hasil wawancara dan survei yaitu sebesar 41% bahwa pelanggan merasa harga layanan di AHASS terlalu tinggi dibandingkan dengan kompetitor lain yang menawarkan harga lebih rendah mulai dari jasa servis, hingga harga-harga *sparepart* yang kini sangat bersaing oleh AHASS
2. Ketidaknyamanan Lokasi atau Jam Layanan juga merupakan faktor tertinggi kedua *customer* AHASS pindah ke kompetitor yaitu sebesar 14% mengeluh bahwa lokasi AHASS yang tidak strategis atau jam layanan yang tidak sesuai dengan jadwal pelanggan dapat menjadi faktor pendorong pelanggan untuk mencari pilihan lain.
3. Pengalaman Kurang Baik juga menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan bahwa 10% pelanggan merasa telah mengalami penurunan kualitas pelayanan di AHASS, seperti keterlambatan dalam pelayanan, kualitas pekerjaan yang buruk, atau kurangnya responsivitas terhadap keluhan pelanggan. Dari hasil wawancara dan survei masih banyak *customer* yang mengeluh dikarenakan mekanik AHASS kurang bisa mengedukasi terkait perlunya penggantian *sparepart* apabila sudah lama tidak diganti, sehingga menjadi kesalah pahaman antara *customer* dengan mekanik yang mengakibatkan *feedback* negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dengan lebih mendalam alasan-alasan di balik pindahannya pelanggan yang sebelumnya telah menggunakan layanan servis AHASS. Melalui identifikasi masalah ini, penelitian dapat memberikan wawasan tentang perbaikan yang mungkin diperlukan dalam strategi pelayanan purnajual AHASS untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan meningkatkan loyalitas pelanggan di masa depan. Setelah dilakukannya penelitian pada *customer* yang sudah pernah servis ke AHASS sebelumnya, selanjutnya dilakukan penelitian terhadap *customer* yang berminat untuk melakukan minat beli ulang jasa servis di AHASS Daya Adicipta Motora, berikut merupakan grafik *pie chart* berdasarkan faktor alasan para konsumen yang masih berlangganan atau menetap untuk melakukan servis kembali di AHASS Daya Adicipta Motora yang dapat dilihat pada Gambar 1.6 dibawah ini:



Gambar I. 6 Alasan Konsumen Datang Kembali ke AHASS DAM

Gambar I.6 diatas merupakan data hasil dari penelitian *customer* yang berminat datang kembali untuk melakukan minat beli ulang jasa servis di perusahaan AHASS Daya Adicipta Motora. Dari hasil survei menunjukkan bahwa ada beberapa alasan target pasar AHASS DAM yang menjadi faktor utama mengapa mereka melakukan minat beli ulang jasa servis ke AHASS DAM yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Terjamin dan terpercaya kualitas yang diberikan oleh Bengkel AHASS Daya Adicipta Motora yaitu sebesar 75%, bahwa pelanggan merasa jasa maupun *sparepart* yang diberikan oleh AHASS memiliki kualitas yang terjamin dan terpercaya.
2. Sudah terbiasa melakukan servis di AHASS Daya Adicipta Motora memiliki persentase sebesar 25% sehingga hanya perlu melakukan *maintenance* pada pengerjaan – pengerjaan berikutnya, karena pelanggan sudah terbiasa untuk melakukan jasa servis di AHASS Daya Adicipta Motora karena dapat memberikan jaminan layanan serta bertanggung jawab.

Beberapa faktor diatas yang merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan para target pasar *customer* AHASS ingin melakukan servis kembali ke AHASS, oleh karena itu faktor-faktor tersebut bisa dijadikan pertimbangan serta perhitungan terjadinya penurunan *unit entry* selama lima bulan ke belakang periode Februari hingga Juni 2023. Dari hasil wawancara dan survei kepada tim manajemen AHASS bahwa AHASS sudah melakukan penyebaran diskon promosi dalam upaya meningkatkan kembali *unit entry* servis kembali, namun upaya ini belum efektif

untuk meningkatkan *unit entry*.

Didapati empat puluh delapan responden *profile* dengan tingkat kebiasaan dan keinginan dari setiap responden yang berbeda-beda sampai akhirnya didapati beberapa kesimpulan yang akan digunakan sebagai usulan untuk perusahaan Daya Adicipta Motora, dari data permintaan yang diatas. Permintaan terbanyak yaitu ada pada harga yang lebih murah untuk harga servis sehingga dapat mendatangkan customer baru maupun yang sudah berlangganan sebelumnya untuk servis. Sampai akhirnya menemukan dimana suatu titik temu untuk menangani masalah harga diatas, dimana setelah dilakukan survei dan wawancara didapati juga bahwa bengkel AHASS Daya Adicipta Motora memiliki jam-jam sepi yang tidak banyak konsumen datang sehingga di jam-jam tersebut bisa dimanfaatkan untuk usulan program promosi agar dapat menghasilkan program yang berguna dan membantu medatangkan *unit entry* di jam atau hari yang sepi.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan pada bagian-bagian sebelumnya dapat menjadi perumusan masalah pada penelitian yang dilakukan di PT Daya Adicipta Motora. Berikut merupakan rumusan masalah yang digunakan pada penelitian ini.

1. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat konsumen untuk datang servis kembali ke bengkel motor?
2. Usulan perbaikan apa yang dapat diberikan bagi AHASS DAM Cibeureum berdasarkan faktor-faktor tersebut?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada penelitian kali ini terdapat beberapa batasan dan asumsi yang akan digunakan selama penelitian berlangsung dalam upaya memperjelas ruang lingkup penelitian dan lebih fokus terhadap suatu permasalahan yang ada. Beberapa batasan masalah yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Penelitian dilakukan dicabang utama AHASS (Asta Honda Authorized Service Station) Daya Adicipta Motora yang berlokasi di Jl. Raya Cibeureum No.26 Bandung.
2. Penelitian dilakukan untuk meningkatkan *unit entry* pada divisi *service* atau H2 di PT Daya Adicipta Motora.

3. Data yang digunakan hanya selama masa periode bulan Januari hingga Juni 2023
4. Penelitian hanya dilakukan sampai pemberian usulan kepada AHASS Daya Adicipta Motora.

Selain adanya batasan penelitian kali ini, adapun juga dijelaskan mengenai asumsi penelitian yang akan digunakan selama masa penelitian berlangsung. Asumsi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Data yang digunakan merupakan data pada masa periode bulan Januari hingga Juni tahun 2023 dan tidak ada perubahan dimasa periode tersebut.
2. Responden setidaknya-tidaknya pernah melakukan servis gratis bergaransi ke AHASS.

I.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini juga terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai yang didasarkan berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah yang sudah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Berikut merupakan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

1. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat konsumen, untuk datang servis kembali ke bengkel motor.
2. Untuk menganalisis usulan perbaikan apa yang dapat diberikan bagi AHASS DAM berdasarkan faktor faktor tersebut.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, yaitu diantaranya manfaat bagi perusahaan, manfaat bagi peneliti, dan manfaat bagi pembaca. Berikut merupakan beberapa manfaat dari penelitian usulan program promo pada PT Daya Adicipta Motora.

- a. Bagi Perusahaan
 1. Perusahaan dapat menerapkan usulan perbaikan program promo.
 2. Perusahaan dapat meningkatkan *unit entry* kedepannya dengan menggunakan program-program promo yang dapat

mendatangkan *customer*.

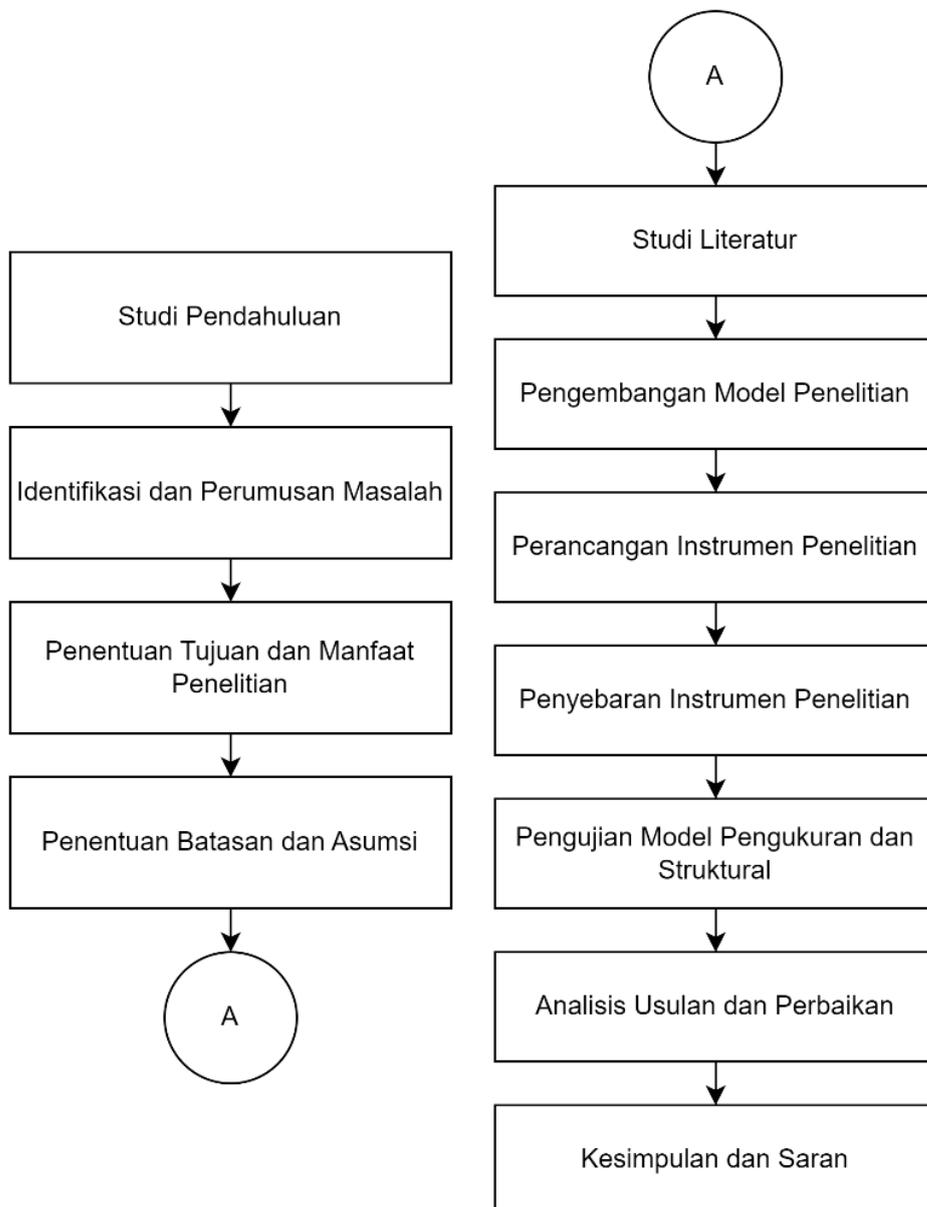
3. Perusahaan dapat memanfaatkan program-program promo yang telah diteliti untuk digunakan pada situasi dan kondisi tertentu apabila dibutuhkan kedepannya.
- b. Bagi Penulis
1. Penulis dapat menerapkan serta mengimplemntasikan keilmuan mengenai *Service Marketing* ke dalam dunia pekerjaan yang sesungguhnya.
 2. Penulis mendapatkan pengalaman secara langsung meneliti dari awal penelitian berjalan hingga tahap implementasi pada perusahaan serta mengidentifikasi masalah hingga memberikan solusi penyelesaian terhadap masalah yang dialami perusahaan.
- c. Bagi Pembaca
1. Pembaca dapat mendapatkan pengetahuan baru mengenai kualitas layanan (*service equality*), promosi (*promotion*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan minat beli ulang (*repeat order*)
 2. Pembaca dapat memberikan referensi kepada penulis lainnya yang melakukan penelitian sejenis.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan suatu tahapan ilmiah yang terstruktur dalam memperoleh hasil yang berguna dalam penyelesaian masalah yang terjadi pada AHASS Daya Adicipta Motora. Metodologi penelitian akan disajikan dalam bentuk berupa *flowchart* dari tahapan metodologi penelitian dan akan dijelaskan pada setiap bagian prosesnya di Gambar I.7

1. Studi Pendahuluan
Studi Pendahuluan dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi setiap permasalahan yang dihadapi oleh bengkel sepeda motor AHASS Daya Adicipta Motora. Studi pendahuluan dilakukan dengan beberapa cara ada yang dilakukan wawancara secara langsung ke lapangan, melalui penyebaran kuesioner, dan melakukan observasi dalam ruang lingkup bengkel sepeda motor AHASS Daya Adicipta Motora.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah studi pendahuluan, tahap selanjutnya adalah identifikasi dan perumusan masalah. Pada tahap ini, peneliti melakukan identifikasi masalah lebih lanjut mengenai permasalahan minat beli ulang dari bengkel AHASS Daya Adicipta Motora. Hasil dari identifikasi masalah akan dirumuskan dalam beberapa pertanyaan dengan tujuan peneliti dapat lebih fokus pada permasalahan tersebut.



Gambar I. 7 Flowchart Metodologi Penelitian

3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Setelah studi pendahuluan, tahap selanjutnya adalah identifikasi dan perumusan masalah. Pada tahap ini, peneliti melakukan identifikasi masalah lebih lanjut mengenai permasalahan minat beli ulang dari bengkel AHASS Daya Adicipta Motora. Hasil dari identifikasi masalah akan dirumuskan dalam beberapa pertanyaan dengan tujuan peneliti dapat lebih fokus pada permasalahan tersebut.
4. **Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Pada tahap ini peneliti akan merumuskan tujuan dilakukannya penelitian mengenai minat beli ulang. Selain tujuan penelitian, terdapat manfaat penelitian untuk peneliti, perusahaan, dan pembaca.
5. **Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi**

Tahap selanjutnya adalah penentuan batasan masalah dan asumsi yang digunakan selama penelitian. Tujuan ditentukannya batasan masalah ini agar cakupan penelitian yang dilakukan lebih spesifik dan jelas, sehingga proses penelitian yang dilakukan lebih terfokuskan. Selain batasan masalah, terdapat asumsi yang dibutuhkan untuk menyederhanakan permasalahan yang akan diselesaikan.
6. **Studi Literatur**

Setelah menentukan batasan masalah dan asumsi, selanjutnya dilakukan studi literatur. Studi literatur dilakukan untuk mengetahui teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian yaitu mengenai minat beli ulang, kepuasan pelanggan, promosi, dan SEM yang nantinya diterapkan pada solusi permasalahan bengkel AHASS Daya Adicipta Motora.
7. **Pengembangan Model Penelitian**

Tahap ini akan ditentukan mengenai pengembangan model niat beli ulang, variabel, dan indikator yang diduga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang dalam servis sepeda motor di bengkel AHASS Daya Adicipta Motora. Pengembangan-pengembangan model ini nantinya akan ditentukan berdasarkan beberapa studi literatur terdahulu.
8. **Perancangan Instrumen Penelitian**

Pada tahap ini dilakukan perancangan instrumen untuk melakukan penelitian lebih lanjut menggunakan kuesioner berdasarkan variabel dan indikator yang diduga memiliki pengaruh terhadap niat beli ulang dalam

melakukan servis sepeda motor di bengkel AHASS Daya Adicipta Motora.

9. Penyebaran Instrumen Penelitian

Pada tahap ini dilakukan kembali mengenai penyebaran instrumen kuesioner mewawancarai target pasar secara langsung ke lapangan dan juga ada yang mengisi kuesioner secara *online* sesuai dengan target pasar dan kategori dari pengisi kuesioner.

10. Pengujian Model Pengukuran dan Struktural

Pada tahap ini dilakukan pengujian model pengukuran untuk melakukan uji realibilitas dan uji validitas. Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur yang nantinya akan digunakan, dan uji validitas akan digunakan untuk mengetahui ketepatan dari alat ukur yang digunakan tersebut. Pengujian model pengukuran akan terdiri dari tiga tahapan yaitu, *convergent validity*, *internal consistency*, dan *discriminant validity*. Serta untuk pengujian variabel yang digunakan pada penelitian niat beli konsumen bagi AHASS DAM. Pengujian ini akan melalui 3 tahap yaitu, *multicollinearity assessment*, *structural model path coefficients*, dan *coefficient of determination*. Selanjutnya, akan ditentukan skala prioritas mengenai usulan perbaikan dengan menggunakan metode *importance-performance map analysis* (IPMA).

11. Analisis dan Usulan Perbaikan

Bagian ini akan dilakukannya analisis dan usulan perbaikan yang diberikan apakah sudah terukur sesuai dengan pengujian sebelumnya. Hasil dari analisis akan dijadikan dasar dalam menyusun usulan perbaikan terhadap mengatasi permasalahan yang ada sebelumnya, serta usulan perbaikan akan diberikan sesuai dengan keadaan kondisi dari bengkel motor AHASS Daya Adicipta Motora.

12. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir dari penelitian, sehingga peneliti harus dapat menyimpulkan hasil dari proses yang telah dilakukan dan dapat memberikan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang ada sebelumnya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada sub-bab ini, akan diuraikan mengenai tata cara penulisan yang

digunakan dalam penelitian ini. Terdapat lima bab yang membentuk struktur penulisan, dimulai dari Bab Satu hingga Bab Lima. Bab Satu mencakup pendahuluan, Bab Dua membahas tinjauan pustaka, Bab Tiga mempresentasikan model penelitian dan proses pengujian, Bab Empat mengevaluasi analisis, dan Bab Lima merangkum kesimpulan dan memberikan saran. Penutup disertai dengan daftar pustaka dan lampiran yang terdapat pada akhir penelitian. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai sistematika penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menyajikan tujuh pokok bahasan, yakni latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan tata cara penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua merincikan tinjauan pustaka yang mencakup teori-teori pendukung yang menjadi dasar dalam penelitian skripsi. Bab ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi.

BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN

Bab ketiga memaparkan model penelitian dan proses pengujian yang diterapkan dalam skripsi ini. Berisi tentang model yang digunakan, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, *pre-test* dan penyebaran kuesioner, profil responden, evaluasi model penelitian, serta faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang di AHASS Daya Adicipta Motora.

BAB IV ANALISIS

Bab keempat mengulas hasil analisis setelah dilakukan pengumpulan, pengolahan, dan pengujian data. Disertai dengan usulan untuk mengatasi permasalahan yang ditemui di AHASS Daya Adicipta Motora. Analisis melibatkan profil responden, hasil uji hipotesis, prioritas usulan perbaikan, minat beli ulang di AHASS Daya Adicipta Motora, serta usulan perbaikan yang direkomendasikan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima, sebagai penutup, memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan mencakup rangkuman tujuan penelitian dari Bab Pendahuluan, sedangkan saran ditujukan untuk penelitian selanjutnya.