

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat.

Kemunculan Mobil membuktikan bahwa mobil bukan hanya alat transportasi gerak cepat, melainkan alat transportasi yang praktis dan terjangkau. Mobil merupakan jenis kendaraan yang biasa dimiliki oleh berbagai kalangan ekonomi, mulai dari kalangan atas, menengah, bahkan kalangan ekonomi bawahpun juga tidak sedikit yang memiliki kendaraan roda empat.

Dengan beragamnya permintaan konsumen membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk mendapatkan simpati serta loyalitas dari calon pelanggannya. Bila konsumen telah memutuskan untuk menjadi pelanggan maka bisa dipastikan mereka akan membeli produk yang diproduksi dari perusahaan tersebut.

Dalam penawaran pasar, produk adalah elemen kunci yang membawa nilai kepada pelanggan. Produk yang lebih dari sekedar benda-benda nyata, tetapi juga termasuk fitur layanan, desain, kualitas kinerja, nama merek dan kemasan. Kualitas Sebuah produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja produk atau jasa, sehingga hal ini terkait dengan nilai pelanggan dan kepuasan (Kotler dan Armstrong, 2010). Hal ini juga penting untuk alat positioning produk pemasar. Konsumen saat ini menuntut barang-barang berkualitas tinggi yang menghemat waktu, energi dan sering kalori.

Pelanggan mencari produk yang handal yang sesuai dengan tujuan dan mampu berdiri fungsi dimaksudkan. Dengan peningkatan daya beli pelanggan didukung oleh skema pembiayaan ganda dan fleksibel, pelanggan menemukan diri mereka dikelilingi dengan banyak pilihan untuk memilih. Perubahan dalam lingkungan yang kompetitif dan meningkatkan ekspektasi mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan bergerak pada produsen mobil untuk menempatkan pada pemahaman sikap dan perilaku pelanggan dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas.

Setelah melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan kualitas layanan yang diberikan, dan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu memengaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan pesaing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang

bersangkutan. Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan.

Faktor–faktor di atas sangat memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, faktor tersebut mendorong pelanggan menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sementara perusahaan memiliki kesempatan untuk mengetahui lebih baik kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2005) bahwa kepuasan pelanggan yaitu tingkatan di mana anggapan kinerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk dan layanan yang berkualitas menjadi salah satu cara yang bermanfaat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memunculkan pembelian produk.

Dalam hal ini showroom adalah salah satu layanan yang diberikan oleh PT. Honda untuk melihat dan mencari informasi produk yang ditawarkan, serta melakukan pembelian. Honda Bintang Solo baru adalah salah satu sub dealer dari honda yang berlokasi di solobaru, Surakarta.

Berdasarkan issu yang sudah dijelaskan diatas maka penulis ingin melakukan peneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Mobil Merek Honda (Studi kasus pada Honda Bintang Solo Baru)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen?
5. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen?
6. Apakah Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Kualitas produk dan Loyalitas Konsumen?
7. Apakah Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.
6. Untuk menganalisis Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Kualitas produk dan Loyalitas Konsumen.
7. Untuk menganalisis Kepuasan Konsumen dapat memediasi antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam upaya meningkatkan penjualan dengan melihat kualitas produk dan kualitas pelayanan.

b. Penulis

Hasil ini bisa menambah ilmu dan wawasan terbaru tentang pemasaran dalam meningkatkan penjualan perusahaan, sehingga bisa menjadikan strategi dalam memberikan masukan.

c. Penelitian yang akan datang

Diharapkan kedepannya penelitian lebih mendetailkan kualitas produk dan pelayanan akan lebih terlihat dampaknya untuk bisa menjadikan acuan perubahan strategi perusahaan.