

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Industri otomotif terus mengalami peningkatan, hal ini didorong oleh kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi untuk mendukung aktivitas masyarakat sehari-hari. Adanya alat transportasi umum saat ini dirasa kurang memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini disebabkan karena kendaraan umum banyak sekali kekurangan, seperti kurangnya jaminan faktor keamanan dan kenyamanan bagi penumpang, jadwal kedatangan angkutan yang sering terlambat, biaya karcis harian yang jika dihitung totalnya akan lebih mahal dibandingkan dengan jika memakai mobil pribadi yang cukup mengisi bahan bakar untuk beberapa hari perjalanan, rute kendaraan umum yang tidak bisa langsung mencapai tujuan, dan masih banyak lagi pertimbangan-pertimbangan sehingga masyarakat lebih memilih mobil pribadi sebagai alat transportasi mereka.

Meningkatnya jumlah pendapatan juga turut mendorong masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi. Masyarakat yang tadinya hanya memakai motor atau angkutan umum, karena meningkatnya pendapatan mereka ingin memiliki mobil pribadi yang terjangkau dengan teknologi modern, bisa mengangkut banyak orang, irit bahan bakar dan tentunya minim biaya perawatan. Sebagian masyarakat menganggap kepemilikan mobil pribadi akan meningkatkan derajat seseorang di mata masyarakat. Masyarakat masih

menganggap mobil pribadi sebagai salah satu lambang kesuksesan seseorang dalam bekerja.

Terbitnya Peraturan Menteri Perindustrian No. 33/M-IND/PER/7/2013 Tentang pengembangan Produksi Kendaraan Bermotor Roda Empat yang Hemat Energi dan Harga Terjangkau, Selanjutnya kebijakan ini lebih terkenal dengan sebutan mobil murah ramah lingkungan atau *Low Cost Green Car* (LCGC). Hal ini tentunya menjadi angin segar bagi industri otomotif di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan mobil pribadi dengan harga terjangkau. Beberapa merek perusahaan otomotif berlomba memproduksi mobil LCGC dengan kelebihanannya masing-masing untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ini.

Tabel 1.1
Daftar Merek Mobil LCGC di Indonesia

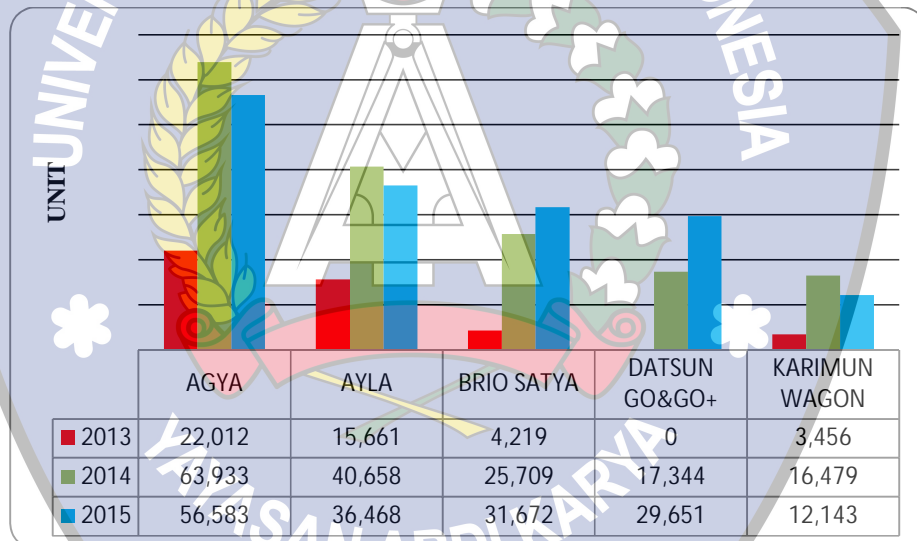
| No | MERЕК |
|----|----------------------|
| 1 | Toyota Agya |
| 2 | Daihatsu Ayla |
| 3 | Honda Brio Satya |
| 4 | Datsun GO & GO+Panca |
| 5 | Suzuki Karimun Wagon |

Sumber: Data Sekunder Diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan merek-merek produk yang dihadirkan perusahaan otomotif. Beragam merek dengan jenis produk yang sama ini tentunya membuat persaingan antar merek semakin ketat. Merek Datsun yang kembali dihidupkan oleh Nissan Co.Ltd. dipasar Indonesia

hadir untuk turut serta dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memiliki mobil pribadi yang terjangkau. Data pada Grafik 1.1 menunjukkan walaupun merek Datsun baru setahun diluncurkan jumlah penjualan Datsun terus mengalami peningkatan. Sepertinya penggunaan merek Datsun yang terkenal *Durable* (Tangguh), *Attractive* (Menarik), dan *Thrustworthy* (Terpercaya) meningkatkan animo masyarakat untuk memilih merek Datsun sebagai mobil pribadi pertama mereka.

Grafik 1.1
Data Penjualan Retail LCGC (2013-2016)



Sumber: Data Sekunder Diolah (Otomotif Edisi 50:XXV 21-27, April 2016)

Pada kenyataannya masing-masing merek tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan terkait dengan kualitas produk. Baik buruknya kualitas sebuah produk menjadi salah satu penentu bagi seseorang dalam memilih sebuah merek produk. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas produk yang dibeli, mengharuskan Datsun untuk meningkatkan

kualitas produknya untuk memenuhi kepuasan pelanggan sehingga produknya dapat terus berkembang dimasa depan.

Tabel 1.2
Beberapa Fitur Unggulan Datsun

| FITUR | DATSUN GO | DATSUN GO+PANCA |
|---|------------------|------------------------|
| <i>Engine 1200 cc ECCS DOHC</i> | | |
| <i>Immobilizer</i> | | |
| <i>Electronic Power Steering (EPS)</i> | | |
| <i>Follow Me Home system</i> | | |
| <i>Rain Speed Sensor</i> | | |
| <i>Body Crumple Zone</i> | | |
| <i>Side Beam Impact</i> | | |
| <i>Supplementary Restraint System (SRS) Air Bag</i> | <i>Type T up</i> | <i>Type T up</i> |
| <i>Passanger capacity</i> | 5 | 5+2 |

Keterangan : = Dilengkapi

Sumber: Data Sekunder Diolah (PT. Indomobil Trada Nasional, 2016)

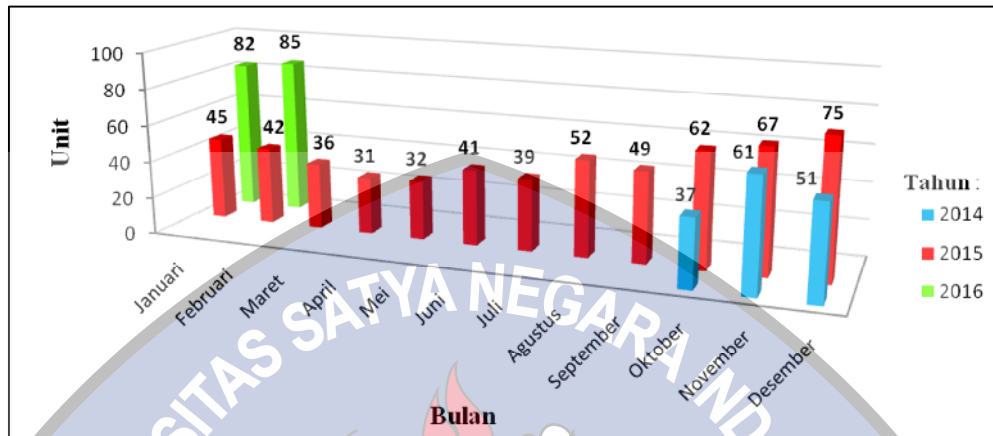
Keinginan pelanggan untuk mendapatkan produk yang berkualitas mendorong perusahaan untuk terus berinovasi. Kepuasan pelanggan juga tergantung dari kualitas produk dan jasa. Tidak jarang karena tingginya tuntutan pelanggan akan produk yang berkualitas terkadang membuat pelanggan kecewa dan merasa tidak puas karena produk yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan dan berujung di kolom surat pembaca media. Lebih merugikan lagi bagi kelangsungan produk jika pengaduan sampai berujung di meja hijau.

Dari Tabel 1.2. dapat dilihat beberapa fitur unggulan yang merupakan standar kualitas produk yang disematkan pada produk Datsun. Fitur-fitur yang ada diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan atas produk yang dibelinya.

Meningkatnya jumlah pelanggan Datsun dan fitur-fitur pada produk mobil Datsun yang canggih tentunya membutuhkan tempat perawatan yang mudah dijangkau bagi pelanggan, peralatan modern dan teknisi yang tersertifikasi untuk merawat mobil pelanggan. PT. Indomobil Group hadir dengan jumlah 110 dealer di Indonesia, dan terus akan membuka dealer-dealer baru untuk mendekati diri kepada pelanggan. Kualitas Pelayanan yang baik menjadi prioritas bagi dealer dan merupakan keharusan untuk meraih kepuasan pelanggan ketika melakukan perawatan mobilnya di dealer.

Grafik 1.2. Menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah pelanggan Datsun yang melakukan perawatan mobilnya di PT. Indomobil Trada Nasional Cabang Kebon Jeruk. Meningkatnya jumlah pelanggan yang memanfaatkan jasa pelayanan perawatan kendaraan ini tentunya harus dikelola secara serius oleh pihak dealer untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sering pelanggan merasa kecewa terhadap suatu merek atau produk bukan karena merek atau produk tersebut tidak bagus, akan tetapi karena pelanggan mendapatkan pelayanan yang buruk dari karyawan atau kondisi lokasi pelayanan yang tidak layak. Pelayanan yang baik biasanya akan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi pelanggan.

Grafik 1.2.
Jumlah Unit Entry Service Datsun 2014-2015 di
PT. Indomobil Trada Nasional Cabang Kebon Jeruk



Sumber: Data Sekunder Diolah (PT. Indomobil Trada Nasional, 2016)

Menurut Keller (2013:549) *“Citra Merek adalah persepsi konsumen dan preferensi untuk merek, diukur dengan berbagai jenis asosiasi merek yang ada dalam memori konsumen”*.

Menurut Menurut Kotler dan Amstrong (2014:253) *“Kualitas Produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan”*.

Menurut Tjiptono (2014:268) *“Kualitas Jasa/Pelayanan adalah berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”*.

Menurut Tjiptono (2014:353) :

Kepuasan Pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Tabel 1.3.
Research Gap

| VARIABEL | PENELITI | HASIL PENELITIAN |
|--------------------|--|---|
| Citra Merek | M. Igor Beladin, Bambang Munas Dwiyanto (2013) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Mario Christo Pesoth (2015) | Tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Nurul Qomariah (2012) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| Kualitas Produk | M. Igor Beladin, Bambang Munas Dwiyanto (2013) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Mario Christo Pesoth (2015) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Muhamad Rizan, Fajar Andika (2011) | Berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan |
| Kualitas Pelayanan | M. Igor Beladin, Bambang Munas Dwiyanto (2013) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Nurul Qomariah (2012) | Tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |
| | Muhamad Rizan, Fajar Andika (2011) | Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan |

Sumber: Data Sekunder Diolah (2016)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan dan adanya ketidak konsistenan hasil penelitian *research gap* yang sudah ada, maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK dan KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”** (Studi Pada

Pelanggan Datsun di PT. Indomobil Trada Nasional Cabang Kebon Jeruk).

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang, penelitian ini bermaksud menguji pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara spesifik rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah ada pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan ?

1.3. PEMBATAAN MASALAH

Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah pada :

1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Periode 1 April 2016 sampai dengan 31 Juni 2016.
2. Obyek penelitian pelanggan Datsun di PT. Indomobil Trada Nasional Cabang Kebon Jeruk.

1.4. TUJUAN dan MANFAAT PENULISAN

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penulisan ini sebagai prasyarat bagi penulis untuk meraih gelar S1 Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai input dalam upaya memperkuat Citra Merek, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Datsun khususnya di PT Indomobil Trada Nasional cabang Kebon Jeruk.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.