

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dan dunia usaha yang semakin berkembang saat ini. Mengakibatkan tingkat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Kepuasan pelanggan tidak datang secara instant, maka diperlukan kerja sama perusahaan otomotif dengan pihak-pihak yang terkait dengan industri otomotif. Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Peningkatan mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang sangat pesat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda empat maupun roda dua, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Kemunculan kendaraan roda dua membuktikan bahwa sepeda motor bukan hanya alat transportasi gerak cepat, melainkan alat transportasi yang praktis dan terjangkau. 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.

Berdasarkan fenomena yang sering terjadi dalam pembelian kendaraan bermotor pada dealer Honda Pelayanannya kurang diperhatikan apabila pelanggan tidak dapat pelayanan yang sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan merasa kecewa, tidak puas dan pelanggan tidak akan membeli. CV Roda mitra lestari cabang Bekasi harus memperhatikan pelayanan yang baik untuk pelanggan dan menerapkan SOP yang ada agar pelanggan merasa puas dan senang. Membangun pengalaman pelanggan (*customer experience*) menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran karena pengalaman tahap utama untuk merebut hati pelanggan dengan pengalaman pelanggan yang positif membuat pelanggan akan percaya membeli suatu produk dan pelanggan akan memberikan informasi yang baik kepada

pelanggan lain. dan dengan kualitas pelayanan yang baik dari dealer honda maka pelanggan akan percaya dan merasa puas sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan ingin membeli kendaraan tersebut. Maka kualitas pelayanan dan customer experience sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dan banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, misalnya kualitas pelayanan dan customer experience. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Dalam implementasi kualitas pelayanan didukung dengan *customer experience* yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi keputusan pelanggan dalam pembelian produk. Analisis serupa terhadap industri otomotif, menunjukkan hubungan yang terikat antara kepuasan konsumen dan gagal atau berhasilnya sebuah merek otomotif. Dan tingkat penjualan dari sebuah perusahaan yang memiliki kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkat penjualannya. Dan perusahaan yang memiliki kepuasan konsumen yang rendah akan kehilangan penjualannya.

Kualitas pelayanan merupakan satu hal yang selalu di perhatikan karena baik dan buruknya suatu perusahaan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya. ketika seorang konsumen merasa puas dengan pelayanan yang didapatnya maka dengan sendirinya konsumen itu menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut. Dan dengan persaingan bisnis yang cukup ketat pada perusahaan otomotif yaitu pada penjualan sepeda motor merek honda membuat dealer CV. Roda Mitra Lestari untuk mempertahankan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya dan *customer experience*.

*Customer experience* merupakan hasil interaksi konsumen dengan perusahaan secara fisik dan emosional. Hasil interaksi ini dapat membekas di benak konsumen dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap perusahaan. *Customer experience* secara sederhana adalah strategi dan implementasi dari perusahaan untuk mengelola pelanggan terhadap pengalamannya dengan sebuah produk atau layanan. Pada dasarnya, *customer experience* adalah penciptaan kepuasan

pelanggan melalui pengalaman. Menurut Tetanoe (Sayuti dan Kusumawati, 2015) bahwa *customer experience* merupakan konsep dimana ketika konsumen membeli sebuah jasa, satu set aktivitas yang tidak dapat dinyatakan secara jelas. *Customer experience* sangat perlu bagi dealer Honda CV. Roda mitra lestari karena dengan pengalaman positif yang di dapatkan secara otomatis pelanggan akan suka rela menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain. Dan saat mendapatkan sesuatu yang melebihi harapan pelanggan saat itulah pelanggan akan mendapatkan kepuasan.

Tabel 1.1. Data Penjualan Sepeda Motor CV Roda Mitra Lestari

Tahun	Merek Motor	Unit Yang Terjual
2018	BEAT	250
	VARIO	300
	PCX	150
	SCOOPY	100
	GENIO	220
	JUMLAH	1.020
2019	BEAT	350
	VARIO	250
	PCX	150
	SCOOPY	150
	GENIO	250
	JUMLAH	1150

Sumber : Data base penjualan sepeda motor Honda CV Roda mitra lestari

Dengan mengetahui data pada tabel 1.1 tersebut, dapat dilihat bahwa data penjualan dealer CV Roda mitra lestari cabang bekasi pada tahun 2018 sebanyak 1.020 unit yang terjual dan merek motor vario memiliki angka penjualan paling besar di tahun 2018 sebesar 300 unit. Pada tahun 2019 dealer honda CV Roda mitra lestari cabang bekasi menjual sebanyak 1150 unit dan mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 130 unit dan merek motor beat yang paling banyak

diminati.

Honda sebagai salah satu produsen sepeda motor di Indonesia mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Honda dikenal sebagai motor yang irit, mesin yang bandel dan suku cadang yang awet. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Dealer atau showroom adalah salah satu layanan purna jual yang diberikan oleh PT. AHM (Astra Honda Motor) untuk mempermudah konsumen melihat dan mencari informasi produk yang ditawarkan, serta melakukan pembelian. CV. Roda Mitra Lestari adalah salah satu sub dealer resmi Honda yang berlokasi di Bekasi.

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, muncul pemikiran dalam diri penulis untuk lebih mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV. Roda Mitra Lestari. Sehingga dalam penelitian ini dapat diajukan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA DEALER HONDA CV. RODA MITRA LESTARI CABANG BEKASI”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi?
2. Apakah terdapat pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang dicapai dari

penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada dealer honda Cv. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer honda CV. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer honda CV. Roda Mitra Lestari cabang Bekasi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian diharapkan mempunyai manfaat baik. Manfaat secara praktis maupun manfaat teoritis.

##### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan dan dapat dipertimbangkan bagi perusahaan maupun dealer Honda motor agar selalu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan konsumen.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mempunyai permasalahan yang sama dalam penelitian ini.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Ruang lingkup dalam masalah disini yaitu membahas tentang kualitas pelayanan dan *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV Roda mitra lestari cabang Bekasi. Penulis telah melakukan penelitian kepada konsumen yang membeli sepeda motor merek Honda di CV Roda mitra lestari cabang Bekasi. Dikarenakan keterbatasan penulis maka diperlukannya pembatasan suatu masalah untuk menghindari adanya penyimpangan adapun pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkannya dalam pembahasannya sehingga tujuan penelitian dalam variabel independennya



yaitu kualitas pelayanan dan *customer experience* sedangkan variabel terikatnya kepuasan pelanggan pada dealer Honda CV Roda mitra lestari cabang Bekasi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang mengemukakan kerangka pikir yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengumpulan sampel dan metode analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian dan pembahasan mengenai hasil pengujian secara sistematis kemudian di analisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan dan dilakukan pembahasan tentang hasilnya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari perumusan masalah dan tujuan penelitian, implikasi, keterbatasan dalam penelitian serta saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pihak yang berkepentingan.