

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, di era yang modern ini konsumen sangatlah cerdas dalam mengambil sebuah keputusan. Di sisi lain loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Dan mengapa loyalitas konsumen harus dipertahankan, karena seseorang bisa dikatakan konsumen apabila orang tersebut membeli produk atau menggunakan jasa secara berkesinambungan atau berulang-ulang pada jangka waktu tertentu.

Disamping itu, Mashuri (2019) bahwa penciptaan nilai pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan diperlukan berbagai kombinasi dari strategi berbagai kombinasi dari strategi pemasaran yang ada. Ini bermakna kombinasi-kombinasi strategi merupakan bagian dari dimensi sikap loyalitas konsumen terhadap sesuatu produk.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keuangan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan menurut Tjiptono (2004). (Setyaningriani 2017)

Di samping itu semakin meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor, maka konsumen juga pastinya akan membutuhkan wadah untuk merawat dan memperbaiki sepeda motor tersebut. Agar kendaraannya pun layak pakai dan selalu terjaga serta aman digunakan bagi setiap konsumen. Terdapat pula produk baru dan pelayan jasa yang dibuat dengan harga yang cukup tinggi, oleh karena itu muncul persaingan yang ketat bagi penyedia jasa service antara dealer resmi yang bekerjasama dengan merk sepeda motor lainnya. Maka dari itu pihak pelayanan jasa akan lebih meningkatkan tujuan yang lebih baik agar memuaskan konsumen yang datang dan akan tetap memilih pada satu penyedia jasa secara terus-menerus dan tidak pindah ke penyedia jasa lain.

Kepuasan tersebut dapat diperoleh dengan memberikan pelayanan kepada konsumen seoptimal mungkin. Dengan begitu konsumen pun pasti merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

Yamaha Bali Indah Motor merupakan bengkel resmi Yamaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa dan retail sparepart. Yang menyediakan pelayanan jasa service dan pergantian onderdil atau sparepart motor. Dalam peningkatannya jumlah pelanggan Bali Indah Motor mengalami naik turun dengan ketatnya persaingan yang ada. Karena mengalami pasang surut konsumen, maka dari itu pihak penyedia jasa Yamaha Bali Indah Motor harap mengevaluasi akan harga dan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar loyal kepada perusahaan tersebut.

Kotler (1994) dalam (Istiatin 2015) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen yang puas juga lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi akan menciptakan kelekatan emosional dengan merek. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi (Kotler, 1997).

Harga merupakan faktor penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Kotler, 1994) karena bagi para pelanggan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas barang/jasa yang dikonsumsi.

Harga menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sari 2017) , jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atau ditukarkan untuk memperoleh barang atau jasa untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Menurut kotler dan Armstrong (2016), faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan perusahaan ketika menetapkan harga yaitu:

- a. Faktor internal mencakup: tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya dan perusahaan.

- b. Faktor eksternal mencakup: sifat pasar dan permintaan, persaingan dan unsur-unsur lingkungan lainnya.

Menurut Stanton (2016) dalam (Gofur 2019) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Ketergantungan harga

Konsumen melihat harga akhir lalu memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa

Harga yang tercantum pada sebuah produk/jasa karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang harga yang ditawarkan memiliki kesamaan/kesesuaian dengan produk/jasa yang telah dibeli.

3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh perusahaan atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh competitor lain pada satu jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Dalam Citra merek sangatlah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena disamping itu banyak merek-merek dari onderdil lain yang juga bagus namun tetaplah citra merk Yamaha semakin didepan seperti slogan nya yang sampai saat ini mempertahankan eksistensi nya di dunia persaingan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang, desain atau kombinasi yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendefinisikan mereka dari para pesaing. Sedangkan citra merek adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Maka dapat disimpulkan dari pembahasan judul saya pengaruh loyalitas konsumen, harga, dan citra merek terhadap konsumen begitu saling berkaitan, dan selanjutnya saya akan menelitinya lebih dalam lagi dalam hal tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas maka penulis akan menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
2. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi loyalitas konsumen pada Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
3. Untuk mengetahui bagaimana citra merek mempengaruhi loyalitas konsumen pada Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?
4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, harga dan citra merek mempengaruhi loyalitas konsumen pada Bengkel Yamaha Bali Indah Motor?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini di harapkan mampu memberikan manfaat bagi para pihak yang terkait :

1. Penulis

Meningkatkan ilmu pengetahuan tentang seberapa penting nya pengaruh pelayanan, harga dan citra merek terhadap loyalitas konsumen.

2. Perusahaan

Memberikan evaluasi serta masukan kepada pihak bengkel resmi Yamaha Bali Indah Motor agar lebih baik kedepannya untuk perusahaan tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini digunakan untuk upaya menghindari perluasan masalah agar peneliti dapat lebih fokus melakukan penelitian tersebut, ditinjau dari “kualitas pelayanan jasa”, “harga” dan “citra merk’ terhadap loyalitas konsumen pada Bengkel Yamaha Bali Indah Motor.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan pada skripsi ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pembahasan tentang teori kualitas pelayanan, harga, citra merek, loyalitas konsumen, kerangka berfikit hipotesis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Variable Penelitian, Motode pengumpulan Data, waktu dan tempat penelitian dan prosedur analisi data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan deskripsi mengenai objek tentang penelitian, deskripsi data penelitian dna hasil pengujian hipotesis dan pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini menarik kesimpulan dari hasil penelitian dan memberi saran atau rekomendasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait yang berkepentingan

