

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri alat transportasi darat dan otomotif merupakan sektor industri yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Yang mendorong berkembangnya industri transportasi dan otomotif adalah tingginya konsumsi alat transportasi umum yang terus meningkat setiap tahunnya, baik itu penggunaan angkutan pribadi seperti sepeda motor, mobil maupun angkutan umum seperti bus, angkutan umum, kereta api, dll. Persaingan yang semakin ketat pada sektor transportasi menyebabkan perusahaan transportasi berusaha keras untuk memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Tujuan utama industri jasa adalah menghadirkan rasa kepuasan pada konsumen melalui pelayanan yang baik dan ramah sehingga dapat tercipta hubungan yang baik antara penyedia jasa dan konsumen.

Yang mendorong industri alat transportasi darat adalah meningkatnya permintaan akan transportasi penumpang. Pertumbuhan penduduk dan kondisi perekonomian yang baik menyebabkan peningkatan permintaan terhadap transportasi jalan raya. Tentu saja, industri ini akan tumbuh untuk memenuhi permintaan seiring dengan meningkatnya mobilitas. Selain itu, perkembangan industri pariwisata di Indonesia juga memberikan dampak positif terhadap perkembangan industri transportasi dan otomotif dengan banyaknya bermunculan lembaga-lembaga penyedia jasa perjalanan dan pariwisata. Banyak lembaga yang menyediakan layanan perjalanan dan pariwisata juga memerlukan armada bus atau minibus untuk menjalankan bisnisnya.

Pengusaha yang memperhatikan keadaan saat ini akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba-lomba mendirikan atau meningkatkan tempat usaha jasa transportasi. Salah satunya adalah Karoseri PT. Adhikarisma Pratama berlokasi di Bekasi, seiring bertambahnya jumlah perusahaan manufaktur karoseri mobil Indonesia maka persaingan antar pengusaha tersebut juga akan semakin meningkat. Saat ini konsumen yang kita jumpai sangat sensitif terhadap barang dan jasa yang mereka gunakan dan dapat beralih ke perusahaan lain jika merasa tidak puas. Oleh karena itu, pengusaha selalu ingin memberikan yang terbaik kepada konsumen.

Menurut (Yuliyanto, 2020) kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Maka dari itu variabel seperti, kualitas produk, fasilitas dan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka dapatkan dari Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan (Aldi et al., 2020). Sedangkan menurut menurut Bakti et al., (2020) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Menurut Dewi, (2020) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Selanjutnya menurut Sunarsi, (2020) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen". Dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan

konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung. Jadi fasilitas merupakan hal yang dapat dinilai konsumen dengan pengelihatannya dan dapat menimbulkan rasa kenyamanan, fasilitas sendiri berwujud peralatan fisik maupun jasa, Fasilitas juga harus sudah tersedia sebelum kita menawarkan jasa kepada konsumen, Jadi fasilitas adalah hal penunjang kepuasan konsumen dalam menikmati suatu produk maupun jasa yang ditawarkan maka dengan itu fasilitas harus selalu dijaga agar memberikan nilai kepuasan dan kenyamanan untuk konsumen.

Kepuasan konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang berpengaruh seperti pendapatan keluarga, harga yang diinginkan, keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk bersangkutan. Ketika konsumen mengambil keputusan, mungkin bisa terjadi perubahan faktor situasional yang bisa mempengaruhi intensitas pembelian (Solikha & Suprpta, 2020).

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Nofindri et al., 2021). Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi patokan utama para konsumen dalam menilai puas atau tidaknya terhadap produk

yang dibelinya. Berikut data penjualan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama dari tahun 2020-2022.

Tabel 1.1 Data Penjualan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama Dari Tahun 2020-2022

Tahun 2020		Tahun 2021		Tahun 2022	
Keterangan Barang	Penjualan (Unit)	Keterangan Barang	Penjualan (Unit)	Keterangan Barang	Penjualan (Unit)
Box Vertikal 6 Roda Std	199	Box Vertikal 6 Roda Std	498	Box Vertikal 6 Roda Std	240
Box Alm 6 Roda	158	Box Alm 6 Roda	253	Box Alm 6 Roda	158
Box Alm 4 Roda	143	Box Vertikal 4 Roda Std	172	Box Vertikal 4 Roda Std	154
Box Vertikal 4 Roda Std	100	Box Alm 4 Roda	117	Box Alm 4 Roda	75
Box Alm L300	56	Box Vertikal 4 rd	64	Box Alm L300	67
Box Alm 4 RD Long	46	Box Alm 4 RD Long	46	Box Alm ISUZU TRAGA	31
Box Vertikal 4 rd	19	Box Alm L300	13	Box Alm Gran Max Std	23
Box Alm Fuso	8	Box Alm Strada Triton	10	Box Vertikal 4 rd	6
Box Alm Gran Max Std	4	Box Alm Fuso	1	Box Alm Strada Triton	2
Box Alm Strada Triton	2	BOX VERTIKAL L300	1	Box Alm Fuso	1
Total	735	Total	1,175	Total	757

Sumber : PT. Adhikarisma Pratama

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2020 total penjualan mencapai 735 unit, pada tahun 2021 total penjualan meningkat hingga mencapai 1.175 unit dan tahun 2022 total penjualan mengalami penurunan mencapai 757 unit. Dalam hal ini konsumen sebagai sasaran, selalu memutuskan sendiri apa yang ingin dibeli, dan ingin membelinya dimana. sehingga antara konsumen satu dengan konsumen yang lain, belum tentu akan memilih produk dan tempat membeli yang sama. Banyak sekali perusahaan karoseri yang muncul dan mengalami perkembangan, mereka saling bersaing menguasai konsumen, yaitu dengan menawarkan berbagai macam keunggulan fitur dengan melakukan inovasi dan menerapkan strategi yang tepat. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan melaksanakan kegiatan promosi dengan maksimal yang dapat memberikan informasi secara jelas tentang produk.

Dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik Karoseri PT. Adhikarisma Pratama, menurut pengelola masih sering dijumpai adanya suatu masalah yang dapat menyebabkan konsumen mengeluh, salah satunya yaitu konsumen yang baru menggunakan jasa Karoseri yang menganggap fasilitas yang di berikan kurang memadai pembuatan body dan interior terlalu lama, sedangkan untuk kualitas produk Karoseri PT. Adhikarisma Pratama sudah memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat bersaing dengan karoseri ternama lainnya. Masalah sering terjadi ketika banyak orderan yang menumpuk dan diburu oleh waktu maka kualitas yang dihasilkan sedikit menurun dari kualitas biasanya, selain itu kualitas pelayanan Karoseri PT. Adhikarisma Pratama terkadang kurang memuaskan jika sedang ramai oleh orderan sehingga penyelesaian unit yang dipesan terlambat dari waktu yang dijanjikan di awal.

Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Nyonyie et al., (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado” dan Sapitri et al., (2020) dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta)” yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Nofindri et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang” dan Saputri, (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang Rini Sugiarsih Duki Saputri” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Santoso, (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga

Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen” dan Anggraini & Budiarti, (2020) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Namun penelitian ini bertentangan dengan yang dilakukan oleh Putra & Hasmawaty, (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah Tabungan Prioritas Bank Negara Indonesia” dan Dewantoro et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupu Datu Banjarbaru” yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Pramesti & Chasanah, (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” dan Abdullah & Rizan, (2017) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Alakasa Extrusindo” yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Agiesta et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya” dan Purnama & Hidayah, (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama.

4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya penelitian ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi perguruan tinggi
penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi di masa mendatang, terutama dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, hargan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis
penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai manajemen pemasaran tentang kualitas produk, hargan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan yang bisa dijadikan sarana untuk menerapkan teori yang telah diterima. Selain itu dengan melakukan penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan serta wawasan peneliti yang dapat digunakan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.
3. Bagi perusahaan atau instansi
penelitian yang penulis lakukan bertujuan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh kualitas produk, hargan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Adhikarisma Pratama. Pada hasil penelitian ini dilandasi dari penelitian terdahulu dan juga pada teori-teori yang sudah dibaca oleh peneliti.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan pada pembuatan proposal skripsi ini menggunakan sistematika penulisan agar mudah dipahami dan memudahkan dalam penyusunan. Di bawah ini adalah bentuk sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya di susun rumusan masalah dan di uraikan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dari peneliti tersebut dan terakhir hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data,

metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang di gunakan dalam menganalisis data yang telah di peroleh.

