

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Dalam era globalisasi saat ini, mobilitas manusia dituntut untuk cepat dalam melakukan perpindahan maupun melakukan kegiatan lainnya. Untuk memenuhi hal tersebut manusia membutuhkan alat transportasi untuk berpindah dari tempat asal ke tempat tujuan dengan waktu sesingkat mungkin walau jarak yang ditempuh relatif jauh. Transportasi yang paling banyak digunakan oleh manusia adalah transportasi darat, seperti contoh sepeda motor dan mobil.

Mobil merupakan salah satu transportasi yang efektif dalam memberikan kenyamanan bagi pengguna dan penumpangnya. Mobil dapat melindungi penggunanya dari panas dan hujan selain itu mobil juga dapat mengurangi resiko berbahaya saat berkendara, karena mobil dapat melindungi pengguna dari hantaman yang fatal. Dengan demikian pengguna dapat memobilisasi dirinya dengan cepat namun juga aman. Selain itu pengguna mobil juga memiliki status sosial yang lebih baik daripada pengguna motor, karena anggapan bahwa mobil hanya dimiliki oleh orang-orang yang memiliki kondisi keuangan menengah keatas.

Salah satu merek mobil yang terkenal di Indonesia ialah Toyota. Toyota memiliki peran besar dalam membangun transportasi di Indonesia. Salah satu jenis mobil yang mudah untuk ditemukan adalah MPV (*Multi Purpose Vehicle*), yang

merupakan mobil yang didesain khusus untuk menampung banyak penumpang. Salah satu jenis mobil MPV yang dimiliki Toyota adalah Avanza.

Avanza merupakan mobil MPV yang paling sering ditemui di Indonesia. Sangat mudah untuk menemukan mobil Avanza, hal ini sejalan dengan data penjualan mobil MPV yang dihimpun oleh *Top Brand Index*. Menurut data yang mereka himpun Toyota Avanza memimpin penjualan mobil MPV di Indonesia, diikuti oleh merek lain. Selain itu jenis lain MPV dari Toyota yaitu Kijang Inova juga masuk kedalam empat besar penjualan mobil MPV di Indonesia. Berikut ini merupakan data pangsa pasar mobil MPV di Indonesia yang dihimpun oleh www.topbrand-award.com dari tahun 2017 sampai tahun 2019, data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pangsa Pasar Mobil MPV di Indonesia

No	Merek	2017	2018	2019
1	Toyota Avanza	44,1%	39,3%	30,6%
2	Daihatshu Xenia	15,3%	15,2%	18,1%
3	Daihatshu Grand Max	-	-	4,8%

Sumber: Top Brand Index

Dari data di atas dapat dilihat bahwa Toyota dengan Toyota Avanzaterus memimpin penjualan mobil MPV di Indonesia. Namun bila lebih diperhatikan data pangsa pasar tersebut, pangsa pasar dari Toyota Avanza terus mengalami penurunan dari 44,1% di tahun 2017, kemudian menjadi 39,3% pada tahun 2018 dan akhirnya menjadi 30,6% di tahun 2019 ke tahun. Tentu ini merupakan kondisi yang berbahaya bagi Toyota Avanza karena produk-produk mobil MPV dari pesaing mengalami hal yang sebaliknya, yaitu terus mengalami pertumbuhan

seperti contoh Daihatsu Xenia dan Grand Max yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan.

Bila sudah mengalami hal seperti ini, manajemen Toyota dituntut untuk segera menanggulangi masalah ini, karena apabila tidak ditangani akan berdampak berbahaya bagi perusahaan. Salah satu cara untuk menanggulangi masalah ini adalah memahami masalah apa yang sedang dihadapi sehingga berdampak negatif ke penjualan mobil Toyota Avanza. Salah satu yang mungkin menjadi penyebab ialah kurangnya rasa puas akan produk dari Toyota ini. Rasa ketidakpuasan ini muncul karena berbagai faktor. Irawan (2008:37) dimensi pembangun yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan ialah persepsi pelanggan terhadap kualitas dari suatu produk, nilai produk tersebut, kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh penawar produk serta faktor pribadi yang bersifat keadaan sementara. Apabila pelanggan tidak merasa puas maka mereka tidak akan memilih Avanza lagi dan tidak akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk memilih mobil Toyota Avanza, namun mereka akan melakukan rekomendasi untuk memilih produk pesaing yang memiliki kualitas pelayanan lebih bagus serta memiliki kualitas produk yang sama atau bahkan lebih baik.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan apabila mereka ingin mendapat kepuasan dari pelanggan. Menurut Kotler (2007) kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas secara terus menerus terhadap proses, produk dan pelayanan yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan Tjiptono (2007) mengungkapkan kualitas pelayanan ialah suatu proses pemenuhan akan kebutuhan maupun keinginan pelanggan dan juga kebenaran dari informasi yang

disampaikan sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan. Artinya dengan memberikan pelayanan terbaik kepada calon maupun yang telah menggunakan mobil Toyota Avanza tentu hal ini akan menimbulkan rasa bahwa mereka dihormati dan dibutuhkan oleh Toyota namun bila yang terjadi adalah hal yang sebaliknya tentu pengguna merasa kecewa dan merasa tidak dihormati, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2013) yang menyatakan pengaruh kualitas layanan dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek Online.

Tidak jauh berbeda dengan kualitas pelayanan, kualitas produk juga menjadi tolak ukur pelanggan puas atau tidak terhadap produk yang mereka beli. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk menyangkut setiap aspek dalam fungsi-fungsi dari produk tersebut baik itu dari aspek durabilitas, aspek reliabilitas, aspek ketepatan, aspek kemudahan pengoperasian dan aspek reparasi produk termasuk juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Nasution (2004) kualitas produk ialah suatu faktor kesamaan antara produk dan pengguna atau pelanggan baik dari segi daya tahan yang dapat bertahan lama dan tidak mudah rusak, dari nilai estetika dimana dapat meningkatkan status sosial pelanggan, adanya korelasi yang positif antara daya tahan dan nilai estetika yang diberikan. Sebagai contoh, pelanggan yang tidak puas dengan kualitas produk yang mereka beli karena produk tersebut mengalami permasalahan atau tidak sesuai dengan persepsi mereka, terlebih nilai estetika yang ditimbulkan harusnya dapat meningkatkan status sosial pelanggan tersebut namun ternyata produk cepat rusak sehingga memunculkan persepsi bahwa produk yang dibeli murahan atau imitasi. Penelitian yang dilakukan oleh Yuninda (2019) dimana mendapat hasil

kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu semakin tinggi tingkat kualitas produk menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung kualitas pelayanan yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Karena pelanggan merasa kualitas produk mereka tidak dapat terpenuhi oleh perusahaan maka mereka akan memberikan komentar negatif kepada perusahaan dan memberikan rekomendasi untuk tidak membeli Toyota Avanza. Hal ini disebabkan kualitas pelayanan yang kurang baik dan juga karena kualitas yang tidak sepadan dengan harga jual produk bila dibandingkan dengan produk dari merek lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amanah (2010) dimana kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara simultan.

Menurunnya penjualan mobil Toyota Avanza disinyalir karena kepuasan pelanggan yang menurun yang disebabkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang kurang baik bila dibandingkan dengan pelayanan dan produk dari pesaing, hal ini sesuai dengan teori Irawan (2008:37) yang menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas produk juga ditentukan oleh nilai, kualitas pelayanan dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Untuk mengetahui kebenaran tersebut, peneliti melakukan pra survei. Jumlah dari jawaban kuesioner awal tersebut diakumulasi dan dikategorikan berdasarkan kriteria skor total pada masing-masing variabel. Kegiatan ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner awal yang diisi oleh 10 orang pengguna mobil Toyota Avanzatipe 1.3 G M/T. Tipe 1.3 G M/T dipilih karena tipe ini

merupakan tipe paling laris seperti yang diutarakan oleh Rouli Sijabat selaku Public Relation Manager PT Toyota-Astra Motor yang dikutip dari www.gridoto.com. Selain menggunakan Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T, para responden juga harus mengetahui seluk beluk mengenai mobil pembanding. Mobil pembanding yang digunakan merupakan mobil yang memang dirancang untuk bersaing dengan Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T, mobil tersebut ialah Daihatsu Xenia tipe 1.3 R M/T.

Tempat dilakukannya pengambilan sampel yaitu Kota Singaraja, sebagai kota pendidikan dan bukan pusat ekonomi tentu ekonomi masyarakat kota ini menengah bila dibandingkan dengan kota Denpasar, Badung, dan Gianyar. Dengan kondisi ekonomi menengah tersebut tentu akan sulit bagi mayoritas orang untuk membeli kendaraan yang lebih mahal seperti jenis-jenis *city car* atau SUV yang terdiri dari Toyota Rush, Pajero Sport, atau Honda Jazz. Kondisi ekonomi tentu akan mendorong banyak orang untuk memilih mobil dengan harga yang relatif terjangkau bila dibandingkan dengan jenis mobil lain namun tetap memiliki fungsi dan penampilan yang baik, tentu MPV merupakan solusi dari permasalahan tersebut. Alasan ini yang mendasari mengapa Kota Singaraja dipilih sebagai lokasi untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner awal yang telah peneliti lakukan dapat dilihat pada table-tabel berikut ini.

Tabel 1.2
Hasil Observasi Awal Kualitas Produk pada Toyota Avanzatipe 1.3 G M/Tdi Singaraja

No	Skor Kuesioner Kualitas Produk			Total	Kategori
	Kualitas kinerja	Fitur yang di tawarkan	Kesan kualitas		
1	1	2	2	10	Sangat Rendah
2	2	2	2	12	Rendah
3	2	2	2	12	Rendah

4	1	1	1	8	Sangat Rendah
5	2	2	2	12	Rendah
6	1	2	1	10	Sangat Rendah
7	2	2	1	10	Sangat Rendah
8	2	2	1	13	Rendah
9	3	1	1	12	Rendah
10	4	4	2	19	Sedang
Total	20	20	19	119	Rendah

Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T memiliki fitur, kinerja, dan ketahanan yang kurang dibandingkan mobil Daihatsu Xenia sehingga nilai dari variabel kualitas produk dalam kategori yang rendah.

Tabel 1.3
Hasil Observasi Kualitas Pelayanan pada Toyota Avanzatipe 1.3 G M/Tdi
Singaraja

No	Skor Kuesioner Kualitas Pelayanan			Total	Kategori
	Bukti Fisik	Kehandalan	Ketanggapan		
1	2	2	1	8	Sangat Rendah
2	2	2	2	10	Rendah
3	2	2	2	10	Rendah
4	3	2	2	12	Rendah
5	2	4	1	12	Rendah
6	2	2	2	10	Rendah
7	2	3	2	12	Rendah
8	2	2	2	10	Rendah
9	1	1	2	7	Sangat Rendah
10	4	2	2	12	Rendah
Total	23	22	18	103	Rendah

Tabel 1.3 menunjukkan kualitas pelayanan memiliki nilai yang rendah, bagi responden pelayanan yang diberikan oleh Toyota masih tidak dapat memenuhi keinginan akan jasa yang diharapkan oleh pengguna Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T.

Tabel 1.4
Hasil Observasi Kepuasan Pelanggan pada Toyota Avanzatipe 1.3 G M/Tdi
Singaraja

No	Skor Kuesioner Kepuasan Pelanggan	Total	Kategori
----	-----------------------------------	-------	----------

	Puas	Sesuai harapan	Tidak ada komplain		
1	1	2	1	4	Sangat Rendah
2	2	4	2	8	Rendah
3	2	2	1	5	Sangat Rendah
4	4	2	2	8	Rendah
5	2	4	1	7	Rendah
6	1	1	1	3	Sangat Rendah
7	2	2	2	6	Rendah
8	2	2	2	6	Rendah
9	2	4	4	10	Rendah
10	2	4	4	10	Rendah
Total	20	27	20	67	Rendah

Tabel 1.4 menunjukkan kepuasan pelanggan pengguna Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T tergolong rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh kurang-puasnya pelanggan dengan produk Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa produk tidak sesuai dengan persepsi mereka, serta terdapat beberapa komplain yang dilakukan oleh pengguna terkait kualitas produk. Hal ini diduga menyebabkan reandainya kepuasan pelanggan terhadap mobil Toyota Avanza tipe 1.3 G M/T. Apabila tidak ditindaklanjuti, pengguna Toyota Avanza dapat beralih dan memilih produk atau merek lain pada pembelian selanjutnya.

Dari observasi awal tersebut dipandang perlu mengkaji dugaan rendahnya kepuasan pelanggan Toyota Avanza Singaraja melalui sebuah penelitian. Selain itu peneliti juga ingin membuktikan apakah penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Menurut Aryanti dan Suyanto (2019) kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Saidini dan Arifin (2012) mendapatkan hasil bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil-hasil penelitian tersebut maka peneliti memiliki referensi dan pedoman dalam

penelitian ini, sehingga diharapkan dengan referensi tersebut dapat menghindarkan dari terjadinya salah konsepsi dalam penelitian ini.

Peneliti ingin membuktikan bahwa memang telah terjadi penurunan kepuasan pelanggan Toyota Avanza di Singaraja. Kualitas produk dan kualitas pelayanan terindikasi menjadi penyebab penurunan kepuasan pelanggan, sehingga kedua variabel ini memiliki alasan yang kuat untuk dijadikan faktor menurunnya kepuasan pelanggan dan berdampak pada penjualan.

Pemaparan dan uraian-uraian di atas dapat dijadikan dasar dalam pandangan bahwa perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, masalah-masalah yang dapat penulis identifikasi adalah sebagai berikut:

- (1) Penjualan Toyota Avanza terus mengalami penurunan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun belakangan.
- (2) Penjualan produk pesaing mengalami hal sebaliknya, dimana penjualan produk mobil MPV mereka mengalami kenaikan yang cukup signifikan.
- (3) Penurunan disebabkan ketidakpuasan pelanggan akan kualitas pelayanan yang ditawarkan dan kualitas produk yang mereka dapat.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan, agar tidak melebar permasalahannya maka penulis membatasi masalah yaitu seputar variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan saja, penelitian ini tidak

akan membahas variabel diluar tiga variabel yang telah disebutkan tersebut. Objek yang akan diteliti adalah mobil merek Toyota yang berjenis Toyota Avanza, sehingga subjek yang digunakan adalah pengguna Toyota Avanza saja dan tidak akan membahas lebih dalam mengenai merek dan jenis mobil lain.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza?
- (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza?
- (3) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza?

1.5 Tujuan Penelitian Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- (1) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza.
- (2) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza.
- (3) Menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza.

1.6 Manfaat Penelitian Penelitian

(1) Manfaat Teoretis

- a. Menambah pemahaman Ilmu Manajemen terutama mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toyota Avanza.
- b. Sebagai referensi atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

- a. Penelitian ini sebagai salah satu implementasi dari fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian yang diharapkan akan memberi kontribusi yang positif bagi dunia keilmuan yang ada di Bidang Manajemen khususnya pada Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha).

(2) Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi perusahaan Toyota dan dapat digunakan sebagai akses informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.