

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Di zaman globalisasi sekarang ini, terdapat banyak persaingan dalam dunia usaha bermunculan seperti perusahaan-perusahaan di bidang industri otomotif khususnya di industri mobil. Persaingan semacam ini muncul karena gaya hidup dan konsumsi masyarakat telah berubah, dan mereka selalu berharap untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, termasuk kebutuhan fisik dan psikologis. Dengan begitu banyak pelaku usaha yang bergerak di rumupun usaha yang sama membuat para pelaku usaha perlu mempunyai strategi yang baik untuk memasarkan barang dan jasanya, disebabkan dengan strategi yang tepat bisa menarik para konsumen, dengan tetap memperhatikan beberapa faktor yang memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Berlandaskan dari Kotler dan Keller (2007:177) menyatakan jika kepuasan konsumen yakni suatu ungkapan rasa yang diartikan oleh seseorang ketika mereka membandingkan hasil dari sebuah barang atau jasa dengan apa yang diharapkan oleh mereka. Sebuah faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya yakni kepuasan dari konsumen (Nugroho, 2015:162).

Beberapa keputusan yang sering dipertimbangkan oleh konsumen seperti memperhatikan kualitas produk yang diinginkan serta pelayanan yang dirasakan atau diberikan oleh pihak perusahaan, kondisi ini mewajibkan pelaku usaha untuk bisa menampilkan kualitas produk serta layanan yang baik agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen diawali dengan evaluasi

konsumen kepada produk ataupun jasa yang diterimanya dan dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Zeithaml dan Bitner (2013:75) menyatakan jika kepuasan yakni tanggapan dari permintaan atau tanggapan konsumen yang memuaskan, dan kepuasan yakni evaluasi terhadap karakteristik suatu barang ataupun jasa, atau tingkat kepuasan konsumen yang diberikan oleh sebuah bentuk usaha kepada konsumen yang sesuai dengan harapannya.

Ada beberapa permasalahan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti adanya complain dari service yang dilakukan oleh mekanik di PT. Suzuki Indobali Trada cabang Karangasem setelah melakukan service ganti suku cadang atau sparepart yang cepat rusak dan terjadi pembelian sparepart kw dengan harga yang cukup tinggi adanya konsumen menservice mobil dengan membawa suku cadang sendiri dari luar dan tidak mau membeli suku cadang yang tersedia di dealer tersebut sehingga menyebabkan jumlah keluhan semakin meningkat. Oleh hal itu, maka pihak pelaku usaha harus bisa memperhatikan aspek yang bisa mengimplikasi kepuasan dari konsumen.

Konsumen dapat mengalami kepuasan pada umumnya, yakni ketika konsumen mendapati kinerja lebih rendah dari yang diekpektasikan maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan atau kecewa, dan jika konsumen mendapati kinerja lebih tinggi dari apa yang di ekpektasikan maka konsumen akan merasa puas ataupun senang. Namun, dikarenakan dengan adanya saingan yang sengit, perubahan keadaan social yang bisa berdampak pada perilaku dari para

konsumen serta perkembangan ekonomi yang begitu cepat, sangat sulit untuk berusaha memenuhi tingkat kepuasan konsumen.

Perusahaan otomotif dibidang industri mobil dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan otomotif dengan memproduksi mobil yang lebih berkualitas, nyaman digunakan, konsumsi bahan bakar lebih irit, dan memiliki kualitas produk yang bagus sehingga dapat menarik minat konsumen. Weenas (2013:608) memaparkan jika dengan perkembangan dunia usaha yang begitu sengit mengharuskan para pelaku usaha untuk bisa menyediakan barang yang berkualitas dan mempunyai nilai yang tinggi dan berbeda dari para pelaku usaha lainnya. Berlandaskan dari Kotler dan Keller (2009:143) menjabarkan jika kualitas produk yakni barang ataupun jasa yang bisa memenuhi ekpektasi konsumen atau bahkan bisa melebihi harapan dari para konsumennya yang nantinya mengarah pada konsumen melakukan pembelian. Kualitas produk, termasuk barang dan jasa, menentukan tingkat daya saing di pasar.

Sebagian besar orang membeli kendaraan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun tren kalangan anak muda hingga dewasa. Konsumen mengalami kesulitan untuk membedakan produk dikarenakan begitu banyak terdapatnya produk yang mempunyai persamaan bentuk dan fitur-fitur dari produk tersebut. Seperti halnya masalah mesin dan suku cadang pada umumnya pelanggan menginginkan mesin dengan kapasitas umur panjang, memiliki ketahanan fisik yang memadai, hemat dan suku cadang yang tahan lama. Hal ini juga dirasakan oleh perusahaan PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem untuk dapat menghadapi persaingan pasar industri otomotif yang semakin ketat

perusahaan berusaha meningkatkan dan mengembangkan kualitas produknya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Mobil yakni alat transportasi yang mengalami perkembangan jaman yang sangat cepat, meskipun harga mobil lebih mahal daripada jenis kendaraan lain seperti sepeda motor namun mobil tetap memiliki banyak peminat, ini disebabkan karena penggunaan mobil memiliki kenyamanan yang bagus dan mempunyai tingkat keselamatan yang tinggi, serta juga pengguna mobil bisa mengangkut penumpang yang lebih banyak dan memudahkan pengguna membawa banyak barang. Mobil juga menjadi sesuatu yang menonjolkan kesenjangan sosial yakni kedudukan dari seseorang. Berlandaskan dari riset terdahulu bisa diamati jika kualitas produk (Suku Cadang) pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem memiliki harga yang lebih tinggi dari harga produk lainnya. Suku cadang yang tersedia juga tidak dapat bertahan lama atau cepat rusak, sehingga mengakibatkan adanya keluhan dari beberapa konsumen.

Pendapat Indrajit serta Djokopranoto (dalam Lyony serta Dyanthy, 2013: 5), menjabarkan jika suku cadang atau spare part yakni peralatan yang menunjang aktivitas pengadaan alat atau barang yang dipakai pada kegiatan memproduksi barang. Suku cadang adalah aspek yang paling penting dalam kegiatan produksi dari industry atau pelaku usaha. Oleh karena itu bisa diambil kesimpulan jika suku cadang merupakan aspek yang penting dalam rangkaian kegiatan operasional perusahaan.

Selain meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga haruslah meningkatkan kualitas layanan yang disediakan untuk konsumen supaya tercipta kenyamanan konsumen saat melaksanakan pembelian produk atau jasa.

Berlandaskan dari Tjiptono, (2008:85) menyatakan jika kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang penting untuk bisa tercapai, karena dengan terdapatnya kualitas layanan yang baik maka akan berdampak pada adanya pelanggan baru dan bisa terus mempertahankan konsumen lama untuk tidak pindah ke tempat lain. Ada 2 aspek yang dapat mengimplikasi kualitas pelayanan yakni apa yang diekpektasikan oleh konsumen atau *expected service* dan apa yang dirasakan oleh konsumen atau *perceived service*. Adapun kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan konsumen seperti halnya ketika konsumen melakukan service mobil Suzuki di PT. Suzuki Indobali Trada, dimana booking yang dilakukan customer service tidak tepat waktu dan kurang cekatan penyelesaian layanan service yang dilakukan oleh mekanik perusahaan tidak tepat waktu, layanan yang kurang professional dalam melakukan service serta tidak adanya komunikasi 3 hari setelah service dan keluhan yang ada tidak di tangani dengan cepat. Hal ini mengakibatkan jumlah keluhan yang terjadi semakin meningkat. Oleh karena itu para pelaku usaha yang menyediakan jasa perlu untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan para pelanggannya. Aspek dari perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan informasi, merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kualitas layanan (Lovelock dan Wirtz, 2011).

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, sedangkan objek yang dipilih yaitu konsumen yang membeli produk (suku cadang) dan menservice mobil Suzuki pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem. Diambilnya objek responden yang menggunakan mobil Suzuki, karena mobil Suzuki merupakan mobil keluarga yang digemari oleh konsumen di Kecamatan Karangasem karena mampu mengangkut penumpang

yang banyak dan sanggup mengangkut barang bawaan yang banyak. Hal yang menjadi perhatian peneliti untuk melaksanakan kajian di PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem yakni dengan mengamati pelayanan yang diberikan perusahaan untuk konsumennya.

Menurut hasil Lonardo (2014), lingkungan fisik tidak berdampak pada kepuasan konsumen. Namun kualitas produk aspek terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Serta pihak pelaku usaha harus meninjau kualitas dari produknya, hal tersebut dikarenakan konsumen sangat peka terhadap kualitas dari produk yang dipakainya.

Apabila adanya perubahan kualitas produk lebih buruk maka konsumen akan merasakan kekecewaan atau tidak puas yang mana nantinya konsumen tidak akan mau untuk melakukan pembelian ulang dan meninggalkan kesan yang buruk terhadap perusahaan. Hasil penelitian Diza (2016) menyatakan jika kualitas produk berdampak positif signifikan dengan variabel kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki dampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen. Pelayanan dengan kepuasan konsumen memiliki relasi yang kuat yang bisa dibuktikan oleh penelitian terdahulu. Hasil penelitian Winahyuningsih (2010), memaparkan jika kualitas layanan mempunyai dampak positif signifikan dengan kepuasan konsumen.

Berlandaskan pada uraian masalah yang ada, peneliti akan mengkaji lebih dalam mengenai peranan kualitas produk dan layanan dengan kepuasan konsumen, dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berlandaskan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka bisa diidentifikasi masalah yang ada yakni:

- (1) Banyaknya usaha industri otomotif yang muncul dengan segmen pasar yang sama.
- (2) Kualitas produk berdampak signifikan dengan kepuasan konsumen PT. Suzuki Indoobali Trada Cabang Karangasem.
- (3) Kualitas Pelayanan berdampak signifikan dengan kepuasan konsumen PT. Suzuki Indoobali Trada Cabang Karangasem.
- (4) Lokasi berdampak signifikan dengan kepuasan konsumen PT. Suzuki PT. Suzuki Indoobali Trada Cabang Karangasem.
- (5) Belum terdapatnya riset mengenai aspek-aspek yang mengimplikasi kepuasan konsumen di PT. Suzuki PT. Suzuki Indoobali Trada Cabang Karangasem.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berlandaskan dari latar belakang serta identifikasi permasalahan yang sudah dijabarkan, maka untuk bisa memusatkan pembahasan agar terhindar dari meluasnya pembahasan, maka diperlukannya untuk membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Meningkatkan persaingan di dalam dunia usaha industri otomotif yang dihadapi oleh PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem menjadikan perusahaan harus dapat menganalisis aspek-aspek yang bisa mengimplikasi kepuasan konsumen seperti kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Maka bisa disusun rumusan masalah yakni:

- (1) Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem?
- (2) Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem?
- (3) Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan dari latar belakang serta perumusan masalah sebelumnya, adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini antara lain:

- (1) Untuk menguji bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem.
- (2) Untuk menguji bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem.
- (3) Untuk menguji bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa di ambil dari riset yang akan dilaksanakan yakni.

(1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperbanyak wawasan, pemahaman, serta informasi dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

(2) Manfaat Praktis

- a. Bagi pemilik PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem, penelitian ini bisa dijadikan bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam mengetahui aspek-aspek yang bisa mengimplikasi tingkat kepuasan konsumen.
- b. Bagi lembaga Universitas Pendidikan Ganesha, riset ini diharapkan bisa menambah kepustakaan dan referensi bagi mahasiswa.

