

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis saat ini semakin berkembang. Semakin tingginya tingkat persaingan bisnis saat ini menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis agar senantiasa melakukan inovasi agar bisa tetap eksis. Perkembangan kegiatan ekonomi terus tumbuh dan mengalami pasang surut, kondisi ini menyebabkan setiap orang berusaha mengembangkan diri dengan kompetensi yang dimiliki untuk mengembangkan ide dan meraih peluang yang terukur dan prestasi.

Seiring banyaknya persaingan, pelaku bisnis berlomba-lomba memenuhi kepuasan konsumen tujuannya agar konsumen yang ada dapat bertahan dan bertambah. Kemampuan produk dan jasa untuk memberikan kepuasannya kepada pengguna dapat meningkatkan kedudukan dan posisi produk dan jasa tersebut dalam ingatan konsumen sehingga menjadi pilihan pertama bila terjadi pembelian berikutnya. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul setelah menerima produk dan jasa, jika konsumen menerima sesuai dengan *ekspektasi* dan harapan maka konsumen akan merasa puas namun ketika yang di terima oleh konsumen tidak sesuai atau berada di bawah ekspektasinya maka kepuasan pelanggan tidak akan tercapai. Salah satu tujuan bisnis ialah menciptakan kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2009).

Mendorong terciptanya loyalitas, membentuk hubungan perusahaan dan konsumen yang harmonis merupakan manfaat yang timbul atas kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian berulang dan cenderung merekomendasikan dari mulut ke mulut sehingga akan membentuk reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen (Tjiptono & Chandra, 2007).

Pada era Globalisasi saat ini masyarakat membutuhkan mobilitas yang cepat dan nyaman sehingga penggunaan kendaraan bermotor meningkat cukup pesat, Seiring dengan banyaknya kendaraan bermotor maka masyarakat pun semakin membutuhkan adanya *service* serta perawatan untuk kendaraan bermotor yang

mereka gunakan sehari-hari. Masyarakat yang tidak memiliki waktu lebih karena mobilitas yang cukup padat dengan waktu yang sempit maka akan menyerahkan perawatan mobil mereka kepada tempat khusus yang memberikan jasa perawatan ini. Berdasarkan fenomena tersebut maka menumbuhkan celah di bidang usaha salon mobil yang dikenal dengan *Auto Detailing*. Bisnis salon mobil kini makin marak seiring dengan trend kebutuhan para pencinta otomotif, khususnya merk-merk mobil premium akan layanan perawatan kendaraan agar tampak mempesona (Arifin, 2019).

Auto detailing merupakan usaha yang menitikberatkan pada kepuasan pelanggan, persaingan usaha autodetailing di wilayah Tangerang mengalami perkembangan cukup pesat. Auto detailing merupakan pekerjaan yang membutuhkan ketelitian yang tidak bisa dipercayakan secara sembarang pada tenaga kerja tanpa pengawasan ketat dari pemilik. Berbeda dengan cara wash yang merupakan bisnis yang lebih baik (*more stress free*) daripada *auto detailing*. Oleh karena itu, pemilik harus ikut mengawasi dan mengarahkan secara detail proses perawatan mobil pelanggan.

Auto detailing bertujuan untuk memperindah mobil dan merawat cat agar mobil senantiasa terlihat lebih indah dari sebelumnya atau lebih indah dibanding umur mobil tersebut serta untuk menjaga harga nilai jual kembali yang tetap tinggi. *Auto detailing* lebih mengutamakan kebersihan yang lebih mendetail pada bagian mobil. Auto detailing memiliki pasar/segmen yang lebih khusus dengan harga yang relatif lebih tinggi. Hasil kebersihan *auto detailing* juga lebih tergantung kepada alat proses, obat poles, ketelitian pekerja. Pengerjaan auto detailing memakan waktu lebih lama berkisar 1 – 2 hari per mobil, karena dalam penanganannya memerlukan waktu yang lebih lama. Penelitian ini menfokuskan pada auto detailing karena memerlukan perawatan mobil secara keseluruhan yang lebih detail, tidak hanya fisik eksterior, tetapi interior.

HEMOWASH merupakan salah satu auto detailing yang sudah berdiri sejak tahun 2017 berlokasi di Cluster Costarica CK 7 No.5 Moderland, Kota Tangerang. Berawal dari menyediakan jasa auto detailing hanya untuk motor besar diatas 250 cc, namun karena minat akan auto detailing cukup banyak oleh

karena itu saat ini HEMOWASH mengerjakan segala jenis motor dan mobil. Seiring meningkatnya perkembangan usaha auto detailing membuat semakin banyaknya persaingan dalam usaha tersebut. Salah satu pesaing H3MOWASH yang terdekat berjarak kurang dari 1 km adalah Autoglaze dan Apple Carwash.

Autoglaze merupakan bagian dari CV Autodesign, yang menjual berbagai macam aksesoris mobil dan mengembangkan usaha di bidang jasa cuci mobil dengan nama Autoglaze dan sudah memiliki puluhan outlet di Indonesia. Sedangkan, Apple *carwash* merupakan jasa cuci mobil yang juga menyediakan salon mobil autodetailing yang baru buka sekitar 1 tahun yang lalu di daerah Moderland Kota Tangerang.

Setiap individu menjadi lebih terbuka dalam memberikan standar nilai yang tinggi pada kualitas produk dan pelayanan. Merek memberi kepercayaan diri kepada konsumen, terkadang dapat menjadi sangat personal serta menjadi bagian dari citra merek yang dibangun oleh konsumen itu sendiri. *Brand image* memiliki pengaruh terhadap para pelaku bisnis untuk semakin giat meningkatkan kualitas usahanya agar dapat bersaing dan tidak tergerus oleh kompetitor. Tiap tahun perkembangan dan pertumbuhan akan industri *auto detailing* mengalami kenaikan terlihat dari banyaknya *car wash* dengan layanan *auto detailing*. Saat ini banyak kita jumpai *car wash* tidak hanya *car wash* biasa namun rata-rata *car wash* saat ini memiliki layanan *autodetailing* juga. Auto detailing seperti autoglaze, scuto yang memiliki banyak gerai dapat menambah point untuk meningkatkan *brand image*. Hal tersebut merupakan tantangan bagi H3MOWASH untuk dapat bersaing dengan menguatkan citra merek salah satunya dengan cara menempelkan sticker berlogo H3MOWASH pada *body* kendaraan atau memberikan kepada konsumen agar dapat mengingat logo H3MOWASH.

Sedangkan pada kualitas layanan, H3MOWASH harus menerapkan konsep mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang terbaik. Beberapa bidang pelayanan dan fasilitas yang harus dikembangkan secara berkelanjutan meliputi layanan *cleaning*, *waxing* dan *paint protection*. Pelayanan yang diberikan haruslah sesuai dengan harapan konsumen. Permasalahan yang dihadapi karena jumlah karyawan H3MOWASH yang terbatas, sehingga pengerjaan layanan dapat menimbulkan *waiting list*.

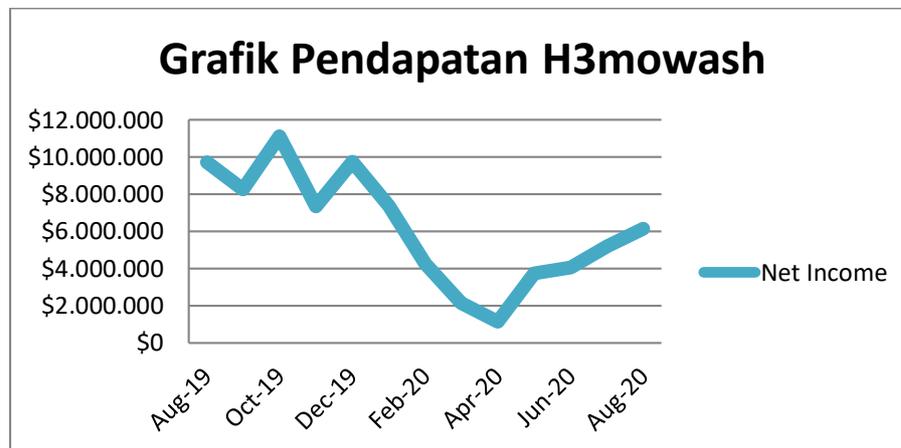
Sedangkan, harga yang di yang ditawarkan untuk layanan H3MOWASH terbilang lebih mahal dibandingkan *car wash* biasa, karena harga tersebut telah mempertimbangan produk yang digunakan untuk layanan H3MOWASH dan lamanya pelayanan diberikan.

Pada kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat diantara hubungan perusahaan dengan konsumennya, kepuasan konsumen H3MOWASH dapat tercapai dengan melihat konsumen yang melakukan *repeat order* dan mengajak teman-temannya dan anggota keluarganya untuk menikmati layanan H3MOWASH.

Sedangkan, Loyalitas konsumen mengekspresikan perilaku yang dimaksud berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan. Loyalitas konsumen sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan terhadap perusahaan, permasalahan pada H3MOWASH ialah tidak semua konsumen melakukan *repeat order* karena banyak faktor seperti harga, lokasi, dll sehingga H3MOWASH perlu mencari cara agar lebih dari 90% konsumen H3MOWASH dapat melakukan *repeat order* dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Masyarakat yang modern ditunjukkan dengan seiringnya menuntut *prestige* di dalam kehidupan sosialnya. Dengan adanya persaingan tersebut maka bagi H3MOWASH perlu melakukan peningkatan kepuasan terhadap pelanggan, agar pelanggan yang sudah ada menjadi pelanggan yang loyal kepada H3MOWASH. Selain karena banyaknya persaingan, pendapatan yang menurun menjadi alasan perlunya meningkatkan kepuasan konsumen. Saat ini di tahun 2020 Indonesia tengah di landa pandemik *Covid-19* yang disebabkan oleh virus *Corona (SARS CoV-2)* sehingga membuat sector bisnis dan ekonomi mengalami pukulan yang cukup berat, dengan adanya pandemic ini memaksa masyarakat untuk mengurangi aktivitas di luar rumah sehinga berdampak pada menurunnya pendapatan H3mowash.

Gambar 1.1
Grafik Pendapatan H3mowash



Sumber: Pengolahan Data 2020

Dari grafik tersebut terlihat penurunan pendapatan, pendapatan menurun 57% di bulan Februari dan pendapatan semakin menurun pada saat PSBB (pembatasan sosial berskala besar) di adakan di Kota Tangerang, H3mowash hanya memperoleh pendapatan 15% jika dibanding dengan pendapatan di bulan Januari dan pendapatan sedikit meningkat di bulan Juni ketika memasuki era new normal, namun pendapatan H3mowash masih menurun jika dibandingkan sebelum adanya pandemic *Covid-19*. Hal tersebut terjadi daya beli masyarakat mengalami penurunan. Menurut peneliti Departemen Ekonomi *Center For Strategic and International Studies* (CSIS), pergerakan indeks harga konsumen relative rendah sehingga mengakibatkan melemahnya permintaan masyarakat. Penurunan daya beli masyarakat tersebut tidak lepas dari menurun bahkan hilangnya pendapatan akibat pandemik covid-19.

Oleh karena itu untuk meningkatkan kembali pendapatan ditengah kondisi pandemic dan banyaknya pesaing, H3mowash perlu melakukan peningkatan kepuasan konsumen agar konsumen yang ada menjadi konsumen loyal. Oleh karena itu, Penelitian ini akan mengenai pengaruh kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen telah di lakukan oleh peneliti lainnya salah satunya dilakukan oleh (Subaebasni, Risnawaty, & Wicaksono, 2019) dalam penelitiannya *Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta* dengan hasil secara simultan variabel independen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan dapat dijadikan patokan untuk memperkuat loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul skripsi “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi pada Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen H3MOWASH)**”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup memberikan batasan-batasan pada penelitian, pada penelitian ini penulis melakukan replika dari penelitian (Subaebasni et al., 2019) dengan judul penelitian *Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta*. Peneliti menggunakan variabel yang sama namun dengan data dan konteks yang berbeda dari model sebelumnya. Pada penelitian ini dibatasi dengan 5 (lima) variabel yang terdiri dari 3 (tiga) variabel exogen, 1 (satu) variabel intervening dan 1 (satu) variabel endogen. 3 (tiga) variabel exogen pada penelitian ini terdiri dari variabel *brand image*, kualitas layanan dan harga layanan, sedangkan 1 (dua) variabel intervening terdiri dari variabel kepuasan konsumen dan 1 (satu) variabel endogen yakni variabel loyalitas konsumen.

Objek pada penelitian ini adalah konsumen H3mowash, H3mowash merupakan usaha autodetailing. Penulis memilih objek tersebut karena usaha tersebut sangat berkembang begitu pesat sehingga menimbulkan banyak persaingan. Manisnya bisnis *aftermarket* otomotif di Indonesia terkhusus untuk *autodetailing*, *coating* hingga *wash & wax*, membuat banyak salon otomotif tumbuh subur sehingga persaingan semakin pesat. Untuk mempertahankan pelanggannya maka usaha harus memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis jasa

adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada menurut Subaebasni,et.al (2018) dalam penelitian *Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen implikasi terhadap loyalitas konsumen pada konsumen H3MOWASH?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang penulis rumuskan seperti di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen H3MOWASH.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen implikasi terhadap loyalitas konsumen pada konsumen H3MOWASH.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, di harapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan acuan dan memperkaya kajian teoritik dalam bidang manajemen agar dapat menambah informasi bagi perusahaan dalam mengembangkan usaha.

b. Bagi Penulis

Sebagai pembelajaran dan pemahaman bagi penulis khususnya dalam bidang pemasaran. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber bagi masyarakat yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan atau menambah variabel-variabel yang lain untuk memperluas penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari:

| | |
|--------------------------------------|--|
| BAB I PENDAHULUAN | Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, seperti citra merek, harga, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis |
| BAB III METODE PENELITIAN | Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data. |
| BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN | Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan |
| BAB V PENUTUP | Berisi tentang kesimpulan dan saran |