

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi otomotif saat ini semakin kompetitif, baik dari aspek kuantitas terlebih pada aspek kualitas. Keberhasilan suatu perusahaan industri dalam kompetisi global, tidak hanya mutu produk saja yang harus diprioritaskan tapi juga perhatian terhadap perkembangan produktivitas karyawannya tidak kalah penting. Pada kenyataannya perusahaan-perusahaan otomotif terutama yang bergerak pada layanan jasa workshop atau bengkel kendaraan, pengelolaannya saat ini harus dilakukan secara profesional karena mereka bersaing untuk tampil memberi kepuasan terhadap pelanggan. Kerasnya persaingan industri mengakibatkan permintaan akan kualitas semakin meningkat, sebab kualitas akan berekses pada produktivitas personil perusahaan (Hasan, 2018).

Produktivitas personil merupakan tolok ukur eksisnya sebuah perusahaan. Suatu perusahaan atau organisasi dapat memberikan produktivitas terbaik jika semua sumber daya yang dimiliki dapat dioptimalkan secara efektif. Dalam rangka meningkatkan produktivitas personil, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya antara lain pendidikan dan pelatihan personil (Adam, 2018). Pendidikan merupakan suatu indikator yang menunjukkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Pendidikan dianggap semakin penting manfaatnya karena tuntutan pekerjaan sebagai akibat semakin ketatnya

persaingan diantara perusahaan sejenis. Setiap personil perusahaan dituntut memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Pendidikan yang mendukung tugas pekerjaan dapat membantu personil bekerja dengan lebih produktif sehingga daya saing perusahaan semakin besar (Abdurrahman, 2020).

Semakin banyak bengkel resmi yang ada maka makin bertambah pula tenaga sumber daya manusia yang dibutuhkan terutama teknisi. Nissan memiliki cara dan sistem sendiri untuk mencapai kepuasan customer bagi pelanggannya. Standar dan kualitas yang sama diterapkan di seluruh pelayanan bengkel. Tidak terkecuali di beberapa kota di Indonesia terutama di Pekanbaru ini.

Persaingan dalam bisnis otomotif memaksa perusahaan jasa bengkel untuk memiliki mekanik-mekanik handal yang memiliki kemampuan dalam memperbaiki setiap unit kendaraan secara cepat dan akurat. Persaingan dalam bisnis selalu memiliki sisi positif dan sisi negatif, tidak terkecuali dalam bisnis otomotif. Seiring perkembangan jaman dan teknologi komunikasi, saat ini masing-masing perusahaan industri otomotif melancarkan perang iklan di berbagai media dari iklan di televisi hingga media sosial. Masing-masing perusahaan tentunya mempromosikan bahwa merk kendaraannya yang terbaik dan terlaris. Perkembangan arus komunikasi yang luarbiasa menjadikan berita tersebar dengan begitu cepat bahkan bisa hitungan detik melalui media sosial.

Perusahaan bengkel otomotif terdapat beberapa proses transaksi yang sering terjadi, yaitu transaksi servis, transaksi pembelian sparepart atau barang, dan transaksi penjualan sparepart atau barang kepada pelanggan. Salah satu

perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbaikan mobil atau yang biasa disebut dengan nama bengkel mobil adalah CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.



Gambar 1. 1Perusahaan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
Sumber: CVVins Cahaya Sukses, Pekanbaru.

Tumbuhnya industri otomotif di Indonesia berimbas pada perkembangan sektor-sektor pendukung, seperti suku cadang (komponen), aksesoris dan bengkel. Namun, banyaknya bengkel berdiri membuat persaingan semakin ketat. (inews.otomotif, diakses 10 April 2023).

Loyalitas pelanggan ini sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena dengan adanya pelanggan yang loyal akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan meningkat. Karena pelanggan yang sudah loyal akan berdampak positif bagi perusahaan bukan hanya dari segi kuantitas pembelian produk, tetapi juga akan berpengaruh terhadap promosi (Hasan, 2018).

CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru. merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bengkel mobil repair.

Menurut Sinurat et al (2017) menyatakan *Customer loyalty* adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang tinggi untuk pembelian ulang produk atau jasa yang disukai di masa mendatang (Oliver, 2019).

CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru. memiliki basis kesetiaan pelanggan yang cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan pelanggan selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan
Tahun 2020 -2022**

Tahun	Jumlah Pelanggan
2020	1059
2021	1168
2022	1290

Sumber: CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa pelanggan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru meningkat secara signifikan dari tahun 2020 sampai 2022. Diawali dengan jumlah pelanggan sebanyak 1059 mobil dan sampai meningkat menjadi 1290 mobil. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan terjadinya kenaikan jumlah pelanggan tersebut menunjukkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tingginya permintaan pelanggan ini ditunjang karena pelanggan merasa puas terhadap jasa yang diberikan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dapat

memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan (Pranoto dan Subagio, 2019).

Menurut Kotler (2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Harapan pelanggan sebagai perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterima bila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk.

Kepuasan pelanggan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru yang tercermin dari perolehan rating perusahaan yang mengalami peningkatan dan review yang positif dari pelanggan.



Gambar 1. 2 Rating Perusahaan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru
Sumber: CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru, 2023

Gambar di atas menunjukkan bahwa perusahaan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru bahwa banyak pelanggan yang memberikan review yang baik seperti proses yang cepat, layanan yang ramah, pekerjaan yang rapi dan sebagainya yang

mencerminkan bahwa nilai kepuasan dari pelanggan atas kinerja CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru

Menurut Kotler (2018) menyatakan bahwa, Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru mempertahankan kualitas kinerja terhadap mobil secara maksimal. Hal ini tercermin dari gambar 1.3 yakni:



Gambar 1. 3 Kualitas Produk CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru
Sumber: CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru, 2023

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa terlihat bahwa awal masuk mobil dalam keadaan hancur, namun perbaikan menjadi sangat baik kelihatan baru. Hal ini

berarti bahwa karyawan perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan berkemampuan sehingga mengubah mobil yang rusak parah menjadi bagus.

Menurut Abdullah dan Tantri (2020), Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kepuasan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai hasil yang lebih dari yang diharapkan, harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih tinggi memberikan kepuasan lebih dan sebaliknya. Menurut Tjiptono (2019) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan perusahaan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru yang terlihat dari Gambar 1.4. yaitu:



Gambar 1. 4 Review Pelanggan atas Pelayanan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru
Sumber: CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru, 2023

Gambar di atas merupakan review pelanggan yang menyatakan bahwa layanan yang ramah dan proses asuransi yang mudah dan membantu pelanggan sehingga pelanggan merasakan kepuasan.

Menurut Ene & Ozkaya (2019) citra perusahaan adalah semua jenis kesan yang dibuat masyarakat mengenai perusahaan. Citra perusahaan terbentuk dari keyakinan, perasan, gagasan, dan kesan yang didukung oleh informasi yang diberikan oleh perusahaan, sikap, perilaku, dan filosofi yang dianut oleh manajemen. Citra merupakan suatu realitas. Citra bukan merupakan apa yang dikomunikasikan, jika citra yang dikomunikasikan tidak sesuai dengan citra yang nyata keberadaannya. Citra yang baik dari suatu organisasi akan memberikan dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang buruk hanya akan merugikan perusahaan. Citra perusahaan yang baik mampu menempatkan kesan positif pada benak pelanggan, sedangkan citra yang kurang baik hanya akan memberikan kesan negatif pada pelanggan. Oleh karena itu, citra sebuah perusahaan mempresentasikan nilai-nilai konsumen, konsumen potensial, konsumen yang telah hilang, dan kelompok-kelompok masyarakat lain yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan (Priyatna & Ardianto, 2019).

Citra perusahaan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru yang dimiliki adalah positif terlihat dari banyaknya kunjungan dari pihak CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru. Berikut bukti foto kunjungan dari CV Vins Cahaya Sukses



Gambar 1. 5 Citra CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru
Sumber: CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru, 2023

Gambar di atas adalah kunjungan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru atas peran perusahaan yang memberikan perkembangan, inovasi dan kreativitas dalam perbaikan mobil. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan tumbuh dan berkembang serta memperhatikan keluhan pelanggan sehingga memiliki nilai dan citra yang positif.

Adapun *research GAP* dalam penelitian ini adalah Tjahjadi dan Limakrisna (2022), Memiliki hasil penelitian bahwa *product quality*, *service quality* dan *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Namun, hasil lain diperoleh oleh Darna (2020) yang memperoleh hasil berbeda bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Berdasarkan latar belakang yang disusun, maka penulis mengangkat judul penelitian “**Analisis Faktor *Product Quality*, *Service Quality*, dan *Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan CV Vins Cahaya Sukses Di Pekanbaru.**”

1.2 Batasan Masalah

Setiap penelitian memerlukan batasan yang jelas mengenai masalah yang dibahas agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, yaitu:

1. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *product quality*, *service quality*, *corporate image*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* karena variabel-variabel ini merupakan variabel yang paling sesuai dengan objek penelitian.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu pelanggan CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
4. Data kuesioner yang terpilih selanjutnya akan ditabulasikan dan diolah menggunakan alat bantu software AMOS 22.0

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah “Analisis Faktor *Product Quality*, *Service Quality*, dan *Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan CV Vins Cahaya Sukses Di Pekanbaru”. Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru?
2. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru?
3. Apakah *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru ?
4. Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru ?
5. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru?
6. Apakah *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru ?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru ?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan dan batasan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh:

1. *Product quality* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru an.
2. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
3. *Corporate image* berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.

4. *Product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
5. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
6. *Corporate image* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.
7. *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding ataupun menjadi referensi oleh peneliti dimasa yang akan datang. Serta dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan ilmu manajemen, yaitu dengan menggunakan penerapan model pada penelitian terdahulu.

Manfaat dari penelitian ini untuk penulis sendiri adalah dapat memberikan referensi kepada CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru selain itu dengan penelitian ini harapannya dapat memberikan ilmu pengetahuan pada poeneliti dalam meneliti suatu penelitian dan objeknya. Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti dalam penelitian serupa lainnya pada masa yang akan datang. Manfaat penelitian ini bagi pihak universitas adalah dapat digunakan sebagai referensi-referensi tambahan dalam penerapannya kepada mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat

digunakan oleh CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru dalam mengatur strategi pemasaran melalui *product quality*, *service quality*, *corporate image* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* serta mengevaluasi strategi tersebut sesuai dengan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi CV Vins Cahaya Sukses, Pekanbaru untuk mempertimbangkan variable-variabel yang ada sebagai kunci utama untuk mengembangkan *customer loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mengikuti bahasan-bahasan dalam penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini, memuat mengenai latar belakang permasalahan, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Dalam bab ini akan memuat teori-teori yang menunjang dan mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Adapun teori-teori yang akan dibahas adalah definisi atau penjelasan *product quality*, *service quality*, *corporate image*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Dalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagian alur berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Dalam bab metode penelitian ini memuat mengenai jenis penelitian yang akan digunakan, populasi, dan sample, metode pengumpulan data, definisi

operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV: Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan detail tentang hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data. Pembahasan bersifat komprehensif dan mampu menjelaskan permasalahan penelitian.

BAB V: Kesimpulan, Implikasi, Rekomendasi

Bab ini menjelaskan tentang konklusi dari hasil pembahasan dan implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada.

