

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin ketat. Persaingan semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, dan harga serta menerapkan konsep pemasaran modern berorientasi pasar atau customer karena merupakan ujung tombak keberhasilan usaha.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan customer secara terus-menerus. Kepuasan customer yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang didapatkannya cenderung akan mencari penyedia jasa yang lain dan mampu memuaskan kebutuhannya.

Seiring dengan berkembangnya dunia perindustrian, sejalan dengan era globalisasi, menuntut kita untuk bangkit dan berusaha bersaing dengan Negara-Negara lain agar kita tidak terlalu jauh ketinggalan. Sekilas kita tengok dengan kemajuan industri khususnya manufacture dan otomotif, semakin hari kita dipicu untuk lebih memaksimalkan usaha guna mengikuti perkembangan tersebut. Hal ini menjadikan inspirasi bagi kita untuk menunjukkan ke dunia luar bahwa kita sebagai bangsa Indonesia mampu bersaing dan duduk sejajar dengan Negara maju lainnya. Sebagai wujud sumbangasih kepada Negara, telah menciptakan lapangan kerja di area perindustrian khususnya manufacture dan otomotif merupakan asset yang sangat potensial saat ini.

Seiring perkembangan dunia otomotif, bisnis usaha bengkel bubut menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Muncul banyak bengkel bubut yang tersebar di tempat tertentu memberikan pelayanan *service*, baik bengkel yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Keberadaan bengkel resmi maupun tidak resmi menjadi sebuah persaingan bisnis yang ketat karena antar bengkel mendapatkan customer sebanyak-banyaknya agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Keberhasilan usaha bengkel dimulai dari kemampuan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas baik kepada konsumennya. Bengkel sebagai pemberi pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Apabila bengkel mampu memberikan kualitas produk yang baik dengan mutu terjamin, permintaan pasar dan produktivitas akan naik, hasilnya adalah kepuasan pelanggan dan meningkatnya *revenue* bagi pelaku usaha.

Bengkel yang sukses adalah bengkel yang mempunyai daya saing. Dalam rangka memenangkan persaingan tersebut, bengkel harus memberikan nilai dan kepuasan

kepada *customer* melalui jasa pelayanan yang berkualitas. *Customer* akan bersedia membayar dengan nilai lebih pada pelayanan yang mempunyai kualitas yang bagus. Keunggulan bengkel sangat ditentukan oleh kualitas produk dan harga yang diberikan, hal ini dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumennya

Bengkel bubut CV Bitung Jaya Teknik (BJT), merupakan salah satu penyedia layanan jasa bengkel yang berada di tengah kota industri Tangerang. Bengkel BJT berdiri sejak tahun 1998. Banyak pesaing yang menghalangi BJT untuk bertahan bahkan berkembang semakin pesat sampai sekarang dan memiliki banyak pelanggan. BJT memiliki visi yaitu menjadi salah satu perusahaan nasional yang berbasis manufaktur yang bias menompang kebutuhan dunia perindustrian dengan mengutamakan, kualitas, *Safety*, *Delivery* dan, Kuantitas serta mempunyai misi yaitu salah satunya memberikan kepuasan kepada customer dengan memberikan kualitas produk yang bermutu dengan pelayanan dan harga yang terbaik. BJT mempunyai slogan perusahaan “*we are doing for customer with the best satisfaction*” memiliki 10 karyawan yaitu diantaranya satu pengemudi yang bertugas mengambil bahan baku dan mengantar pesanan ke konsumen, lima bagian produksi yang bertugas mengeksekusi bahan baku menjadi pesanan yang telah ditentukan customer serta dua admin kantor yang bertugas mengurus semua keperluan di bengkel.

Dengan mengetahui kepuasan pelanggan pihak manajemen akan dapat dengan mudah mengevaluasi kinerjanya dengan kepuasan pelanggan bisa tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi, dan supaya menjaga pelanggan agar tidak beralih ke jasa yang lain perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini dan dapat melakukan terobosan-terobosan baru agar usahanya dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan ketat, pengelola harus mulai berpikir seperti apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga customer akan terpuaskan oleh produk yang diberikan.

Persaingan yang ketat dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan customer menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen penyedia jasa dan *value* ini berasal dari produk, harga atau sesuatu yang bersifat emosi. Apabila pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas maka kepuasan terjadi manakala pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas dan apabila *value* dari pelanggan adalah harga maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga paling kompetitif.

Menurut Kotler (2015) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja. Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya sama atau

melampaui harapan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan dan ketidak puasa terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa factor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan harga.

Produk berperang penting dalam menentukan kepuasan konsumen, penyedia jasa bengkel bubut BJT selalu menjaga kualitas produk. Hal ini untuk menjaga agar produk yang dibuat oleh BJT bisa berguna sesuai dengan kebutuhannya. Dalam pembuatan produk BJT selalu teliti dan selektif saat mengeksekusi dari bahan mentah menjadi suatu produk yang di pesan oleh customer sehinggann BJT bsa memberikan hasil produk yang bisa memuaskan pelanggannya.

Produk yang diberikan BJT tidak terlepas dari harga yang harus dibayar oleh pelanggan. Harga merupakan hal yang sensitive dalam persaingan industri jasa pada umumnya. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli customer maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Harga yang diberikan BJT tergantung dari harga bahan baku tersebut dan tingkat kesulitan pengerjaan produknya. Harga bahan baku untuk membuat produk pun bisa berubah dengan waktu yang tidak ditentukan, maka harga yang selalu diberikan BJT kepada customer terbilang mahal.

Tabel 1.1
Daftar Harga Bahan Baku

No	Nama Barang	Harga
1	S45C	20.000/kg
2	Cast Nylon	964.000/meter
3	Stainless Steel 304	60.000/kg
4	Vcn	40.000/kg
5	Mild Steel	17.000/kg
6	ST41	19.000/kg
7	Bronze	155.000/kg
8	Aluminium (5203) uk 6m x T1,2mm	290.000/lembar
9	Kuningan	250.000/kg
10	Teflon (uk 1m x 2m)	950.000/lembar

Sumber: CV Bitung Jaya Teknik, Tangerang 2019

Berdasarkan data yang ada pada table 1.1 diatas menunjukkan harga bahan baku yang digunakan untuk pembuatan produk berdasarkan pesanan. Harga bahan baku bisa berubah dengan waktu yang tidak ditentukan, karnanya BJT akan menaikan tarif pembuatan produk berdasarkan naiknya harga bahan baku. Jika menurut pelanggan harga itu terlalu tinggi maka BJT siap untuk memberikan potongan harga tertentu.

Kotler & Amstrong (2014) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah nilai yang customer pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Tabel 1.2
Data Penjualan CV Bitung Jaya Tehnik

No	Tahun	Pendapatan	Turun
1	2015	Rp 1,060,900,000	
2	2016	Rp 1,161,000,000	9%
3	2017	Rp 1,006,400,000	-13%
4	2018	Rp 963,420,000	-4%

Sumber: CV Bitung Jaya Tehnik, Tangerang 2019

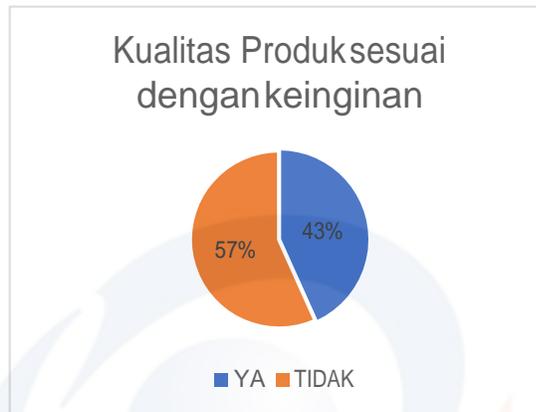
Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi pada tahun 2015 sebesar Rp 1,060,900,000. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan 9% yaitu sebesar Rp 1,161,000,000. Pada tahun 2017 mengalami penurunan penjualan -13% yaitu sebesar Rp 1,006,400,000. Ditahun 2018 BJT mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan yaitu -4% sebesar Rp 963,420,000. Dari data diatas BJT dari tahun 2016-2018 menalami penurunan penjualan sangat signifikan disebabkan oleh kurangnya loyalitas dan kepuasan pelanggan terhadap produk dan harga yang di berikan oleh CV Bitung Jaya Tehnik yang mana membuat customer BJT beralih ke pesaing lain.

Penelitian terdahulu Setyowati & Wiyadi (2016) dalam judul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek pelanggan pemediasi menyimpulkan bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Citra merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y_1). Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Citra merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). Kepuasan pelanggan (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2).

Penelitian terdahulu Sari & Andjarwati (2018) dalam judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variable intervening (studi kasus pada *customer biscuit* Oreo di Carrefour Surabaya) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Harga (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z). Harga (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z).

kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

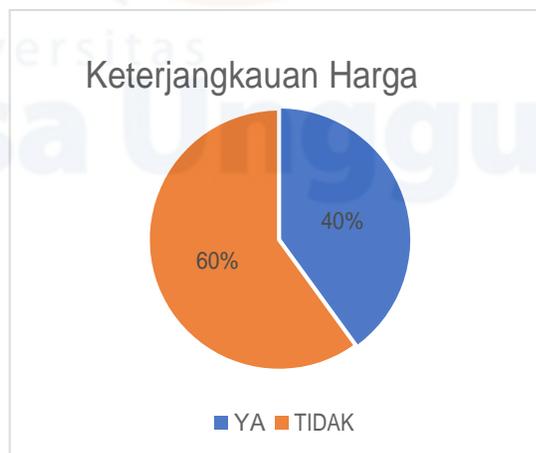
Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk dan harga berdasarkan pra survey yang dilakukan kepada 30 responden customer CV Bitung Jaya Teknik dan diberikan pertanyaan terbuka melalui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan maka di peroleh data sebagai berikut.



Sumber: Data diolah oleh peneliti 2019

Gambar 1.1 Prasurvey Kualitas Produk

Dari hasil penelitian tentang kualitas produk bahwa sebanyak 43% responden *pra-survey* menyatakan bahwa kualitas produk yang diberikan BJT sesuai dengan keinginan *customer* dan 57% *customer* BJT kecewa dengan produk yang diberikan BJT karena produk belum sesuai dengan keinginan *customer* dikarenakan produk yang diberikan tidak tahan lama.



Sumber: Data diolah oleh peneliti 2019

Gambar 1.2 Prasurvey Harga

Dari hasil penelitian tentang Harga bahwa sebanyak 40% responden *pra-survey* *customer* BJT menyatakan bahwa harga yang diberikan sesuai dengan kualitas

produknya dan 60% customer kecewa dengan BJT karena harga yang diberikan BJT belum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan dikarenakan BJT tidak selalu memberikan potongan harga.



Sumber: data diolah oleh peneliti 2019

Gambar1.3 Prasurvey Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan bahwa sebanyak 37% responden pra-survey menyatakan bahwa *customer* BJT merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang diberikan dan 63% *customer* BJT belum puas dengan kualitas produk dan harga yang diberikan BJT dan belum sesuai dengan harapan customer.



Sumber: Data diolah oleh peneliti 2019

Gambar1.4 Prasurvey Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian tentang loyalitas pelanggan bahwa sebanyak 47% responden pra-survey menyatakan selalu datang setiap tahunnya dan melakukan pembelian secara ulang dan 53% customer BJT tidak selalu datang ke BJT karena customer masih merasa kecewa dengan kualitas produk dan harga yang diberikan oleh BJT.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Customer CV Bitung Jaya Teknik).**

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terjadi pada CV Bitung Jaya Teknik, berikut ini:

1. Kualitas produk yang diberikan oleh CV Bitung Jaya teknik masih belum memenuhi keinginan konsumen karena bahan bakunya tidak sesuai sehingga loyalitas pelanggan menurun
2. Harga yang diberikan oleh CV Bitung Jaya Teknik masih belum masuk dibenak customer dibandingkan dengan kompetitor masih jauh lebih mahal hal ini mengakibatkan loyalitas pelanggan menjadi berkurang.
3. Tingkat kepuasan pelanggan CV Bitung Jaya Teknik masih rendah karena customer masih kecewa dengan produk dan harga yang diberikan BJT, karnanya berakibat buruk pada presentase kepuasan pada hasil pra survey yang dibuat oleh peneliti dan loyalitas pelanggan menurun.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening pada customer CV Bitung Jaya Teknik.

1.2.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan adalah, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?

6. Apakah terdapat pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang?
7. Apakah terdapat pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di CV Bitung Jaya Tehnikdi Tangerang?

1.2.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
6. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.
7. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di CV Bitung Jaya Teknik di Tangerang.

1.2.5. Manfaat Penelitian

1. Untuk perusahaan
Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan penting dalam meningkatkan kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan CV Bitung Jaya Teknik
2. Untuk peneliti
Bagi peneliti, dapat memperdalam ilmu pengetahuan yang dimiliki dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari pembahasan judul yang diangkat
3. Bagi pembaca
Kiranya dapat memrikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.