

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran, merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam suatu perusahaan. Suatu perusahaan bisa saja memproduksi suatu produk dengan kualitas barang yang tinggi, namun setelah kegiatan produksi tersebut telah dilakukan, maka merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan tersebut untuk mensosialisasikan serta memasarkan produk tersebut kepada masyarakat luas agar masyarakat mengenal produk tersebut dan tertarik untuk menggunakannya.

Pemasaran dapat dikatakan salah satu kegiatan terpenting kerana keberhasilan keuangan perusahaan sering tergantung pada kemampuan pemasaran dari perusahaan tersebut. Operasi keuangan, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya sesungguhnya tidak berarti kalau tidak ada permintaan akan produk dan jasa, sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba (Kotler and Keller, 2013: 4).

Banyak kejadian telah penulis temui, dimana suatu perusahaan telah memproduksi barang yang menurut penulis tidak kalah baiknya dengan produksi barang milik pesaingnya apabila dilihat dari sisi spesifikasi serta kinerja produk tersebut saat digunakan. Namun ternyata perusahaan yang memproduksi barang tersebut hams mengalami kerugian sehingga terpaksa menutup perusahaannya.

Hal itu terjadi akibat kurang efektifnya kegiatan pemasaran dari perusahaan tersebut yang mengakibatkan sebagian besar masyarakat yang tidak mengenal baik mengenai merek serta produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut sehingga tidak muncul rasa percaya dari



Hak cipta dan miliknya Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian (ie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mengantarkannya ke sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



masyarakat yang mengakibatkan minat beli masyarakat terhadap produk tersebut tidak muncul.

Hal itu menyebabkan perusahaan tersebut tidak dapat menjual produknya sesuai target yang telah ditentukan oleh perusahaan, sehingga mengalami kebangkrutan akibat tidak dapat menutupi biaya-biaya produksi dan operasional yang telah dikeluarkan.

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika, kegiatan pemasaran yang baik harus mampu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang akan dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Kotler and Keller 2013: 6).

Oleh karena itu, suatu merek perusahaan menjadi penting untuk diperkenalkan kepada masyarakat dengan kegiatan pemasaran karena suatu merek menjadi salah satu cara bagi konsumen untuk mengidentifikasi dan membedakan antara produk dari suatu perusahaan dengan pesaingnya. Konsumen akan cenderung memilih produk-produk dari merek yang telah dikenalnya, karena merek dianggap suatu jaminan bagi masyarakat dari perusahaan yang mengeluarkan produk tersebut bahwa produk yang dibeli dari perusahaan tersebut berkualitas (Cavens and Piercy, 2013: 255).

Suatu merek juga menjadi elemen inti dalam hubungan relasi antara perusahaan dengan konsumen, dimana merek dapat menjadi representatif bagi pembentukan persepsi konsumen akan kualitas dan kinerja suatu produk (Kotler and Armstrong, 2013: 267).

Namun permasalahannya tidak berhenti sampai disini. Setelah suatu perusahaan berhasil membaurkan masyarakat mengenal merek dan produk dari perusahaan tersebut serta menarik minat mereka untuk mencoba produk tersebut, permasalahan yang muncul berikutnya adalah apakah produk yang telah dicoba oleh konsumen tersebut sungguh-sungguh dapat memenuhi ekspektasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konsumen sehingga konsumen menjadi puas akan produk tersebut dan bersedia untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut yang akhirnya konsumen tersebut menjadi loyal

(Gravens and Piercy, 2013: 255).

Loyalitas konsumen adalah salah satu hal yang menjadi tujuan dari perusahaan, karena loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap performa bisnis perusahaan (Reichheld and Sasser dalam Auka, 2012 : 185-203).

Selain produk yang berkualitas, *customer service* juga merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Hal ini disebabkan karena kegiatan *customer service* yang dilakukan oleh perusahaan akan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Turban dalam Bassey, 2011: 7987). Dengan begitu, *customer service* memegang peranan penting bagi perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dari perusahaan (Selden dalam Bassey, 2011 : 7987

Kegiatan pemasaran yang baik merupakan suatu kegiatan yang dapat membuat hal-hal tersebut diatas dicapai, yaitu dimana masyarakat luas akan mengenal merek serta produk-produk yang di produksi oleh suatu perusahaan, membuat masyarakat tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut, dan merasa puas setelah menggunakannya sehingga masyarakat ingin terus menggunakan produk tersebut secara berkelanjutan, hingga akhirnya menimbulkan loyalitas terhadap produk dari perusahaan tersebut.

Melihat hal tersebut, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan *customer service* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian tersebut dilakukan terhadap perusahaan yang memproduksi produk perawatan mobil, dengan merek Meguiars.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Tidak diperjual belikan. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Alasan mengapa penulis memilih produk tersebut adalah karena penulis melihat melihat bahwa setiap tahun terus bertambahnya jumlah kendaraan di Indonesia ini, berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik Indonesia, yaitu 67,3 juta kendaraan pada tahun 2009, menjadi 76,9 juta pada tahun 2010 dan kemudian menjadi 85,6 juta pada tahun 2011, hobi perawatan mobil mulai menjadi populer di Indonesia.

Terdapat terutama di Jakarta ini, terlihat dari banyaknya salon-salon mobil yang bertumbuh dengan pesat di Jakarta dalam dua tahun terakhir ini. Forum-forum pun mulai banyak membahas mengenai metode perawatan mobil yang tepat, serta banyak sekali orang-orang yang mulai mengimport sendiri produk perawatan mobil dari luar negeri dan menjualnya secara online.

Meguiars sebagai brand yang akan penulis teliti, merupakan sebuah perusahaan produk perawatan mobil yang didirikan pada tahun 1901 di Amerika, yang saat ini merupakan pusat Meguiars di dunia. Meguiars sekarang sudah memiliki cabang resmi di 40 negara di dunia, salah satunya termasuk Indonesia dan telah sukses menggandeng perusahaan-perusahaan mobil terkemuka seperti BMW, Bentley, Jaguar, Mercedes Benz dan Rolls Royce untuk memakai produk professional Meguiars pada mobil produksi mereka, sebelum mobil-mobil tersebut dipasarkan melalui distributor-distributor mereka. Salah satu produk mereka yang bernama "Cleaner Wax" pernah menjadi best selling wax di dunia.

Meguiars sebagai produsen produk perawatan mobil, selalu mengutamakan kualitas produknya, dan memosisikan produknya sebagai suatu merek produk perawatan mobil yang menargetkan pasarnya pada pasar niche, yaitu konsumen dari komunitas otomotif yang mencintai kendaraannya dengan kondisi ekonomi menengah keatas. Sebab, sesuai dengan yang diungkapkan Kotler dan Annstrong (2012), kualitas produk merupakan salah satu alat utama bagi



pemasar untuk melakukan positioning. Namun di sisi lain, Meguiars juga memiliki produk dari lini profesional mereka yang mengincar salon-salon mobil yang mementingkan kualitas, namun dengan harga yang lebih terjangkau.

Meguiars mengistilahkan target pasar mereka sebagai "car guy", yang berarti orang-orang yang mencintai kendaraan mereka dan menganggap kendaraan mereka sebagai kebanggaan mereka.

Di Indonesia pun Meguiars sering mendapatkan penghargaan, yang terakhir adalah *people's choice* untuk kategori produk perawatan mobil.

Namun dibalik semua itu, penulis melihat adanya hal yang menarik untuk diteliti dari perusahaan ini. Penulis melihat bahwa produk yang di produksi oleh perusahaan ini, seringkali bukanlah produk yang terbaik apabila dibandingkan dengan harganya. Terkadang ada produk yang sama baiknya dari sisi kualitas dan hasilnya, serta dengan harga yang lebih murah, namun konsumen bahkan tetap tidak ragu-ragu untuk memilih produk Meguiars ini. Bahkan, lebih menarik lagi bahwa, ada kalanya di forum-forum, penulis menemui kejadian bahwa saat produk dari perusahaan ini tidak memenuhi ekspektasi dari konsumen, mereka tetap mau membelinya sebagai barang koleksi.

Pengamatan secara singkat yang dilakukan oleh penulis menghasilkan kesimpulan, yang ditangkup dari pendapat konsumen-konsumen dari dalam dan luar negeri, mengatakan bahwa hal ini disebabkan, bukan hanya karena sudah bertahun-tahun Meguiars dianggap memproduksi produk dengan kualitas yang memuaskan, namun juga karena Meguiars didukung oleh tim *customer service* yang sangat memuaskan dan bersahabat.



Karena itu, penulis yang saat ini juga merupakan administrator dalam forum Meguiars Indonesia merasa beruntung karena memiliki kesempatan untuk melakukan penelitian yang lebih

dalam lain mengenai mengapa perusahaan Meguiars memiliki banyak sekali konsumen dari kalangan masyarakat otomotif di dunia, yang sangat puas dan loyal terhadap perusahaan ini, termasuk di Indonesia, padahal di sisi lain, ada produk lain dengan kualitas yang dianggap sama oleh konsumen dengan harga yang lebih murah. Dimana yang seharusnya terjadi adalah semakin tinggi kualitas produk, maka pengalaman menggunakan produk tersebut pun akan semakin mendekati ekspektasi dari konsumen, sehingga konsumen akan merasa mendapat nilai lebih, sehingga terbentuklah kepuasan konsumen, dan menjadi loyal terhadap suatu produk atau merek tertentu.

Has Cipta milk IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Has Cipta milk IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dalam rangka menulis karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 1.1

Gap Riset dan Permasalahan

Permasalahan	Teori	Teori	Pandangan
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber: a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh tanpa izin IBIKKG.</p> <p>Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p>Adanya perbedaan pandangan mengenai pentingnya kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.</p>	<p>Chang ,Jen, dan Fong, 2010 : 2836-2844,</p> <p>Sahrudin, ,2011: 8163 -8176</p>	<p>Kualitas produk merupakan hal yang terdahulu dengan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.</p> <p>Menyimpulkan bahwa konsumen mencari element lain yang melebihi persepsi kualitas produk dalam keputusan pembelian mereka dan hanya mereka yang mengerti apa yang mereka cari.</p>
<p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Adanya perbedaan pandangan mengenai pentingnya kualitas jasa pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen.</p>	<p>Wannenburg ,2009: 317-324</p> <p>Kotler dan Armstrong ,2012: 325</p>	<p>Kualitas jasa layanan konsumen sangat penting untk memperoleh dan mempertahankan <i>competitive advantages</i>.</p> <p>Dalam pasar persaingan murni, riset pemasaran, promosi, dan strategi pemasaran memainkan sedikit atau tidak sama sekali memiliki peranan.</p>



<p>Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen</p> <p>Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: <ol style="list-style-type: none"> a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG. 	<p>Adanya perbedaan pandangan mengenai besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.</p>	<p>Auka, 2012: 188</p> <p>Kotler dan Armstrong ,2013: 150</p>	<p>Kepuasan konsumen merupakan hasil dari nilai atau keuntungan yang diciptakan perusahaan bagi konsumen, sehingga konsumen yang merasa puas akan menjadi loyal sehingga terus membeli barang dari perusahaan tersebut.</p> <p>Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas tidaklah proporsional. Sekalipun pelanggan telah puas, namun masih mudah bagi mereka untuk berpindah ke merek lain.</p>
--	---	---	---



B. Identifikasi Masalah

Dilihat dari latar belakang penelitian yang telah diungkapkan oleh penulis tersebut, penulis melihat ada beberapa faktor yang dapat dipelajari berkaitan dengan pemasaran yang dilakukan oleh Meguiars, yang membuat banyak konsumen puas terhadap produk-produk dari Meguiars tersebut, seperti :

1. Apakah konsumen Meguiars loyal terhadap produk Meguiars?
2. Apakah kualitas produk Meguiars berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya?
3. Apakah kualitas layanan produk Meguiars berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya?
4. Apakah kepuasan konsumen Meguiars berpengaruh terhadap loyalitas konsumennya?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang diatas, penulis akan melakukan penelitian berkaitan

dengan beberapa hal diatas yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk Meguiars menurut para konsumennya?
2. Apakah kegiatan *customer service* yang disediakan oleh Meguiars bagi konsumen-konsumen mereka di Jakarta memuaskan?
3. Apakah konsumen Meguiars puas akan kualitas produk Meguiars?
4. Apakah masyarakat pencinta kegiatan perawatan kendaraan loyal terhadap produk Meguiars?

D. Batasan Penelitian

Dari batasan penelitian diatas, penulis akan membatasi objek penelitian yang akan

dilakukan

1. Tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Meguiars
2. Kualitas produk Meguiars menurut konsumennya
3. Kualitas layanan produk Meguiars menurut konsumennya?
4. Kepuasan konsumen terhadap produk Meguiars

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



E. Rumusan masalah

Mempelajari pengaruh kualitas produk dan *customer service* yang ditawarkan oleh Meguiars Indonesia untuk kepuasan dan loyalitas konsumen-konsumen mereka, terutama pada konsumen pencinta kegiatan perawatan kendaraan di Jakarta, Indonesia.

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui loyalitas masyarakat pencinta kegiatan perawatan kendaraan terhadap produk Meguiars di Jakarta.
2. Untuk mengetahui pendapat masyarakat pencinta kegiatan perawatan kendaraan mengenai kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh Meguiars.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

1. Disarankan untuk mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



G. Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penulis untuk menuliskan skripsi yang berjudul " Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening " sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Bagi perusahaan Meguiars Indonesia, sebagai refrensi dari pada pelanggannya untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang demi meningkatkan kepuasan pelanggannya.
2. Bagi para pemasar di Indonesia, agar dapat mengetahui cara-cara pemasaran yang dilakukan Meguiars yang mungkin dalam beberapa hal dapat diterapkan di Indonesia.
3. Bagi Penulis, dapat menjadikan penelitian ini sebagai suatu pembelajaran yang dapat menunjang karier penulis di masa yang akan datang serta, tugas penulis selaku administrator dalam forum Meguiars Indonesia.
4. Bagi Mahasiswa, dapat melihat seberapa pentingnya kualitas produk dan *customer service* bagi kepuasan pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.