

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi secara global dapat mempengaruhi segala aspek yang ada di dunia ini. Perkembangan yang terjadi saat ini sangat terlihat diberbagai bidang yang ada, salah satunya yaitu dibidang transportasi, yang mana hal itu tentunya didukung dengan banyaknya kendaraan yang ada. Kendaraan saat ini merupakan alat transportasi yang wajib dimiliki oleh sebagian orang yang memiliki kemampuan untuk membelinya, salah satunya yaitu kendaraan roda empat atau biasa disebut dengan mobil.

Mobil adalah salah satu alat transportasi darat yang penting pada era modern sekarang ini. Memiliki mobil bagi sebagian besar kalangan masyarakat pada saat ini bagaikan suatu hal yang pokok dimana dapat membantu mereka dalam beraktivitas khususnya dalam bekerja. Karena alasan tersebut, para produsen mobil berlomba – lomba untuk menciptakan mobil dengan keunggulan dan kelebihan yang berbeda sehingga dipasaran jumlah mobil ini sangat banyak dan bervariasi. Para konsumen juga dihadapkan dengan banyaknya kriteria yang berpengaruh dalam menentukan pilihan mobil misalnya harga, warna, desain dan lain – lain.

Mobil yang sebagian besar bahan utamanya terbuat dari besi pastinya memiliki batas atau usia tertentu dan harus di cek kondisinya secara berkala untuk menjaga dari kerusakan mesin dan body mobil. Dengan adanya masalah

tersebut banyak perusahaan mobil berlomba-lomba untuk membuka servis dan perbaikan mobil. Seperti PT Toyota Nasmoco yang menyediakan jasa service dan perbaikan body mobil yang sudah tersebar di seluruh negara terutama di Indonesia yang mempunyai 181 outlet atau dealer dan 101 bengkel resmi. Toyota dari tahun-ketahun mempunyai perkembangan yang pesat membuat adanya banyak persaingan dari perusahaan lain seperti Honda, Daihatsu, dan Mitsubishi yang hampir sama besarnya.

Adanya persaingan membuat perusahaan harus memberikan layanan yang terbaik dan menerapkan strategi pemasaran untuk mendapatkan pelanggan. Perusahaan harus menunjukkan keunggulan dari produk atau jasanya yang bertujuan untuk menarik minat dari pelanggan. Perusahaan berusaha untuk membangun ekspektasi pelanggan terhadap jasa atau produk yang ditawarkan perusahaan. Ketika perusahaan membangun ekspektasi pelanggan, perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik supaya pelanggannya tidak kecewa.

Perusahaan juga perlu menerapkan strategi bauran pemasaran. Menurut Tjiptono (2014). Menyatakan bahwa strategi bauran Pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran perusahaan bisa menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan bisa memahami kebutuhan pasar meliputi keinginan pelanggan, melakukan riset pelanggan dan pasar,

membangun metode pemasaran yang terintegrasi dan membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Perusahaan sebagai penyedia produk dan jasa juga harus bisa memuaskan pelanggan. Dengan memuaskan pelanggan, diharapkan para pelanggan memiliki loyalitas terhadap perusahaan, kemungkinan besar pelanggan tersebut akan kembali membeli dan memakai produk atau jasanya. Kepuasan akan dirasakan pelanggannya apabila sesuai harapan yang diinginkan dari layanan atau produk tersebut. Toyota sebagai penyedia kendaraan dan jasa service yang banyak dikenal oleh masyarakat menjadikan toyota sebagai pemenuh kebutuhan dikalangan masyarakat perkotaan maupun pedesaan sebagai alat transportasi.

Penulis tertarik ingin melakukan penelitian ini dikarenakan adanya fenomena meningkatnya jumlah pengguna mobil Toyota di kalangan masyarakat Indonesia, dari tahun ke tahun produk atau jasanya selalu mengungguli kompetitornya dikelas otomotif sehingga Toyota mampu meraih dan terpilih sebagai produk unggulan dan menjadi Top Brand dalam kategori dealer dan bengkel otomotif di Indonesia, baik pada tahun 2019 maupun pada tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 1.1
Top Brand Award
Toyota

Tahun	TBI	Predikat
2017	36%	Top
2018	30 %	Top
2019	61%	Top

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Hal ini juga terlihat dari dealer dan bengkel Toyota di Yogyakarta yang selalu ramai dikunjungi. Ini menandakan bahwa Bengkel Toyota di Yogyakarta mampu memberikan kepuasan pelanggan dan telah membuat pelanggan memiliki loyalitas yang tinggi.

Terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan ini tidak serta merta muncul begitu saja tanpa adanya faktor yang mempengaruhinya. Telah banyak survei atau riset yang telah dilakukan menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Beberapa diantaranya adalah pengaruh persepsi kualitas layanan dan strategi bauran pemasaran. Jika perusahaan menerapkan dua faktor tersebut maka kepuasan pelanggan akan mudah didapat dan kemungkinan besar pelanggan akan loyal akan semakin tinggi.

Berdasarkan hal-hal yang diuraikan di atas, faktor-faktor apakah yang membuat pelanggan tetap melakukan servis di Toyota Nasmoco, apakah kualitas layanan, strategi bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan bengkel Toyota Nasmoco tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan(Studi pada Pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul)”**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari 2 penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fernandes (2017) Dan Putro (2014). Penelitian ini mengganti variabel kualitas produk menjadi strategi bauran pemasaran karena Bengkel Toyota Nasmoco merupakan perusahaan penyedia jasa servis dan perbaikan bodi mobil.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat disusun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul ?
2. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul ?
3. Apakah strategi bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul ?
4. Apakah strategi bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul.
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul.
4. Untuk menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul.
5. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bengkel Toyota Nasmoco di Bantul.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang dan untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pencapaian loyalitas dengan meningkatkan kualitas layanan dan strategi Bauran Pemasaran.

