

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di era modern ini, membuat para pelaku bisnis berlomba mengembangkan teknologi agar mampu memajukan dan mengembangkan bisnisnya dengan baik. Untuk dapat bersaing, perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan menciptakan strategi pemasaran yang baik sehingga dapat unggul dari kompetitor. Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi tersebut yakni perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Aktivitas masyarakat yang semakin padat dan kebutuhan untuk berpindah dari tempat satu ke tempat yang lain menyebabkan perlunya alat transportasi yang lebih cepat dan efisien. Hal ini mendorong produsen sepeda motor yamaha memasuki industri bisnis di Indonesia guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pribadi.

PT. Harpindo Jaya Monjali didirikan pada tahun 2004 merupakan salah satu perusahaan dagang dan jasa yang bergerak dibidang otomotif yang melayani penjualan sepeda motor keluaran Yamaha yaitu *motorcycle automatic, moped, dan sport*. Perusahaan ini juga menjual *sparepart* (suku cadang) asli produk Yamaha, serta memberikan jasa service bagi para konsumen yang menggunakan produk Yamaha.

PT Harpindo Jaya Monjali yang akhir-akhir ini berkembang sangat pesat, berusaha memperoleh kepuasan pelanggan serta mempertahankan

loyalitas para pelanggannya melalui pengembangan produknya baik dari segi barang maupun layanannya terhadap kualitas produk mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2012) "*service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership in anything*" atau dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam kenyataan ternyata tidak mudah untuk membedakan suatu produk sebagai barang atau jasa secara tepat, karena adanya saling melengkapi diantara keduanya.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Hasil penelitian Apriyanti (2017) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan penelitian Alamassawa (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler (2016), kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten atau tersembunyi. Penelitian

Dennisa, Santoso (2016) menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas dan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan menurut Lutfiyani dan Soliha (2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kepuasan menurut Kotler dan Amstrong (2008) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan “tingkat di mana kinerja di anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan dikatakan, sangat puas jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Hasil penelitian Apriyanti (2017) menyebutkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian Isiyowati, Widarko, Khailussabir (2018) kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Secara teoritis banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas. Penelitian-penelitian terdahulu juga menunjukkan berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta?
3. Apakah kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta?
5. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variabel *independen*, loyalitas konsumen sebagai variabel *dependen* dan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini ditujukan

pada konsumen yang menggunakan dan membeli produk kendaraan pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali?
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk konsumen terhadap kepuasan konsumen pada PT. Harpindo Jaya Monjali Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini Merupakan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang telah diperoleh selama penulis menempuh perkuliahan. Sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan dilapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

### 2. Manfaat bagi STIM YKPN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran terutama tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen PT. Harpindo Jaya Monjali dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

### 3. Manfaat bagi perusahaan

Memberikan informasi dan pandangan untuk bahan pertimbangan mengenai adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

#### 4. Manfaat bagi pembaca

Dapat menambah referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya tentang manajemen pemasaran.