

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan pada umumnya selain memperhatikan produk yang dihasilkannya juga menyadari pentingnya kualitas pelayanan serta memberikan *experiential marketing* pada pelanggan. Komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan adalah langkah awal dalam proses memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. Hasil evaluasi konsumen akan mengarah pada kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen, selanjutnya kepuasan dapat menimbulkan loyalitas konsumen (Bloemer *et al.*, 1998), dan dapat mendorong perilaku konsumen yang diinginkan (Cronin *et al.*, 2000), yaitu minat beli ulang konsumen pada produk jasa perusahaan. Hal tersebut menunjukkan secara teoritis maupun empiris bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *service quality*. Fungsi kualitas pelayanan di suatu perusahaan merupakan fokus konsumen. Pada masa kini konsumen semakin kritis dalam suatu produk maupun jasa, konsumen menuntut kualitas dalam pelayanan semakin ditingkatkan. Bukan cuma harga pelayanan yang berpengaruh namun juga kualitas.

Kualitas pelayanan yang berdasarkan teknologi semakin marak diterapkan dalam segala jenis industri untuk meningkatkan hasil pelayanan dan kecepatan pelayanan. Segi kenyamanan adalah kondisi dimana saat pelanggan mendapatkan apa yang diinginkan dari produk tersebut dan juga puas dengan hasil pelayanan yang di berikan oleh pihak produsen. Semakin banyaknya persaingan kendaraan roda empat dikelas

MPV menuntut suatu perusahaan otomotif lebih khususnya mobil untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dibanding dengan pesaing. Perusahaan akan memberikan fasilitas penunjang dan fasilitas kenyamanan. Mitsubishi sebagai salah satu perusahaan yang telah dikenal oleh masyarakat mempertahankan kualitasnya demi meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan demikian maka penguasaan pasar dapat dikendalikan.

Di era modern persaingan kendaraan roda empat kelas low mpv di Indonesia semakin sengit karena masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak memilih mobil yang dapat memuat tujuh penumpang di bandingkan dengan mobil yang hanya dapat memuat lima penumpang maka dari itu produsen mobil saling bersaing untuk dapat menciptakan mobil low mpv yang terlihat bagus dari segi tampilan serta nyaman dalam segi penggunaan dan tidak lupa pastinya memiliki kualitas produk yang baik, Mitsubishi baru-baru ini telah mengeluarkan produk low mpvnya yaitu Mitsubishi Xpander dimana setelah diperkenalkan kepada publik Xpander mendapatkan respond yang baik dari masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya surat pemesanan kendaraan namun mengingat persaingan sengit di kelasnya dan pasar terbesar masih dikuasai oleh merk pesaing Mitsubishi juga harus menyediakan layanan pelanggan yang baik agar konsumen mendapat kepuasan serta dapat tetap setia kepada produk Mitsubishi.

*Service quality* dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat perbedaan antara harapan pelanggan atau apa yang diinginkan dan apa yang didapatkan. Semakin rendah tingkat perbedaan semakin baik tingkat kualitas pelayanan. *Experiential marketing* menurut Schmitt

(1999) adalah, pengalaman merupakan peristiwa pribadi yang terjadi karena stimulus tertentu. *Produk quality* menurut Kotler (2003) merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kotler (1997) dalam Lupiyoadi, 2013:228) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan.

Penelitian terdahulu pertama dilaksanakan oleh Nuruni (2009) berjudul *Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*. Dalam penelitian tersebut membuktikan hasil yang positif dan signifikan hubungan antara pengalaman pemasaran dan kepercayaan merek terhadap loyalitas produk. Disamping itu, analisis tersebut tidak membuktikan pengaruh signifikan *emotional branding* menuju loyalitas, lokasi penelitian tersebut di Surabaya, Indonesia.

Penelitian terdahulu kedua dilaksanakan oleh Asghar *et al.*, (2011) berjudul *Study the Effect of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. Dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa ada pengaruh positif yang tinggi yaitu korelasi antara konstruksi layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas, lokasi penelitian di Indian

Penelitian ini dilakukan dengan memilih mobil keluarga sebagai obyek penelitian karena pada saat ini banyak masyarakat yang memiliki anggota keluarga dalam jumlah cukup banyak sehingga banyak orang memilih mobil *low MPV* dibandingkan jenis-jenis mobil lain seperti Sedan maupun *sport*, dimana mobil MPV adalah mobil keluarga yang

mengutamakan segi akomodasi kabin yang dapat memuat tujuh penumpang yaitu lima penumpang dewasa dan dua penumpang anak-anak dengan cukup baik selain itu juga masih tersisa ruang yang memadai untuk menempatkan barang-barang yang diinginkan. Mobil *low mpv* juga praktis dalam segi penggunaan dimana dapat digunakan untuk bekerja maupun bersama keluarga. Selain itu mobil *low MPV* sering disebut dengan istilah mobil sejuta umat dikarenakan sangat banyak orang yang memilih dan menggunakannya untuk aktivitas sehari-hari. Di Surabaya mobil *low MPV* selalu terlihat memenuhi jalanan dikarenakan oleh harganya yang relatif tidak mahal jika dibandingkan oleh mobil sedan maupun *sport*.

Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh *dealer* Mitsubishi kepada pelanggan yang pada akhirnya berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap Mitsubishi. Selain itu juga untuk mengetahui pengalaman pemasaran yang didapat pelanggan dari produk Mitsubishi, pengalaman yang positif atau sebaliknya yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap Mitsubishi. Serta untuk mengetahui kualitas produk mobil *low MPV* Mitsubishi yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap Mitsubishi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
2. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
3. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
5. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
6. Apakah *product quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?
7. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor di Surabaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh:

1. *Service Quality* terhadap *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya.
2. *Experiential Marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya.
3. *Product Quality* terhadap *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya.
4. *Service Quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya.
5. *Experiential Marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya
6. *Product Quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya
7. *Customer Satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada *Dealer Mitsubishi PT. Sun Star Motor* di Surabaya.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian secara praktis dapat digunakan bagi perusahaan mobil untuk meningkatkan standar pelayanan demi menjaga kepuasan konsumen.
2. Manfaat penelitian teoritis dapat berguna bagi sumbangan ilmu untuk pengembangan penelitian berikutnya.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Guna memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB 1. PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Dalam bab ini dijelaskan secara singkat mengenai penelitian terdahulu; landasan teori mengenai *experiential marketing*, *customer loyalty*, dan *customer satisfaction*; pengaruh antar variabel, model penelitian dan hipotesis.

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

### **BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan secara singkat mengenai sampel penelitian, karakteristik responden, deskripsi data, analisis data SEM, pengujian hipotesis penelitian, dan pembahasan.

### **BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN**

Memuat simpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat, khususnya bagi akademis maupun perusahaan.