

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi saat ini ditandai oleh persaingan yang ketat diberbagai sektor bisnis. Meskipun konsep pemasaran saat ini menekankan peningkatan penjualan dan keuntungan sebagai tujuan utama, namun hal tersebut dianggap belum memadai.¹ Pelaku bisnis diharapkan untuk dapat mempunyai inisiatif dalam mengembangkan strategi pemasaran guna memanfaatkan peluang yang muncul, dengan mengikuti perubahan permintaan pasar. Tujuannya adalah untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka pasarkan.²

Menjadi keharusan bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik untuk memastikan keberlangsungan serta mempertahankan kepercayaan pelanggan. Terwujudnya kepuasan pelanggan memiliki beberapa manfaat, termasuk menciptakan ikatan harmonis diantara perusahaan dan pelanggan, dan menotivasi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (*Repeat Order*) sehingga terbentuk loyalitas, serta menghasilkan rekomendasi positif melalui *Word of Mouth* yang berprofit pada perusahaan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai fokus pada

¹ Ike Widya Arini dan Sumarji, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan PT. MPM Motor Kediri." *OMMODITIES: Journal Of Economic and Business*, Vol. 1, No. 1 (2020), hal. 30.

² Dita Nurazizah, Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di UD. Indokey Kediri. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 2.No. 4, (2022), hal. 76-86.

pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan, serta kepatuhan terhadap waktu untuk memenuhi harapan mereka.³

Ketidakpuasan masyarakat terhadap layanan mungkin disebabkan oleh ketidakmampuan pegawai dalam memenuhi harapan mereka dalam hal kejelasan informasi. Bisnis yang mampu memberikan layanan sesuai dengan standar yang diterapkan pasti akan mendapatkan nilai positif oleh masyarakat.⁴

Sepeda motor sudah menjadi bagian primer di semua kalangan baik pria maupun wanita masa kini. Salah satu kendaraan otomotif sepeda motor merupakan alat transportasi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini. Banyak orang menginginkan kendaraan dengan kualitas yang baik. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi semakin meningkat, yang berakibat pada intensifikasi persaingan dalam industri sepeda motor. Kondisi ini mendorong pabrikan Honda untuk memasuki ranah komersial dengan tujuan memenuhi kebutuhan sara transportasi.⁵ Keadaan persaingan kendaraan otomotif sepeda motor pada era saat ini tidak selalu terfokus pada kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan saja, akan tetapi juga pada produk itu sendiri. Saat ini, banyak pesaing menghadirkan sepeda motor baru yang memiliki kemiripan dalam tampilan, model, harga, warna, dan bahkan promosi dengan sepeda motor merek Honda.⁶

Keberlangsungan suatu produk juga salah satunya di pengaruhi oleh loyalitas pelanggan. Loyalitas adalah sejauh mana pelanggan terikat kepada suatu produk dan dapat

³ Nurmin Arianto, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1, No. 2, (2018).

⁴ Wawan Hermawan, Pengaruh Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Pendaftaran Tanah Pertama Kali Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bogor, *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, Vol. 9.No.1, (2016).

⁵ Vanessa Shanaz Angelina, Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan Pengguna Sepeda Motor Honda, *Calyptraa: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 7, No. 2, (2019), Hal. 1-12.

⁶ Intisari Haryanti Dan Ita Purnama, Kualitas Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Dibima, *Jurnal Tambora*, Vol. 7, No. 2, (2023), Hal. 89-95.

mengindikasikan sejauh mana mereka bersedia beralih ke perusahaan sejenis dengan merek lain. Keuntungan dari loyalitas pelanggan adalah mencakup pengurangan dampak serangan dari pesaing dan perusahaan sejenis. Tidak hanya bersaing dalam hal persepsi, tetapi juga dengan pelayanannya. Oleh karena itu, pelanggan yang setia dapat membantu perusahaan untuk terus mempertahankan produknya sehingga dapat meningkatkan kualitas produknya, dan pada akhirnya harga bukanlah faktor utama karena kepercayaan pelanggan pada kualitas dan pelayanan yang dimiliki perusahaan.⁷ loyalitas konsumen sangat penting untuk perusahaan loyalitas pelanggan yaitu kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan.

Dengan berkembangnya dunia otomotif yang cepat dan persaingan bisnis yang sangat ketat, konsumen dihadapkan oleh berbagai pilihan untuk membeli dan memakai sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Masyarakat Indonesia pada umumnya, tentu saja kualitas suatu pelayanan akan mempengaruhi loyalitasnya terhadap produk tersebut. Tidak terkecuali terhadap produk otomotif, Diantara produk sepeda motor yang mendapat pertumbuhan paling signifikan adalah Honda.⁸

Tabel 1.1
Data Pengguna Jenis Kendaraan
yang Ada di Indonesia pada Tahun 2023

⁷ Sasongko, S. R. Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 3, No. 1, (2021), hal. 104-114.

⁸ Geby Laylany Widjanarko dan Soni Harsono, Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario Di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, Vol.9, No.1, (2021), hal. 432-440.

Jenis Kendaraan	Tahun	Penjualan pada Tahun 2022	Type
Honda	2023	6.236.992	Honda PCX,Honda Vario,Honda Beat.
Yamaha	2023	1.073.034	Yamaha Nmax,Yamaha Aerox,Yamaha Fazio dan Yamaha .
Suzuki	2023	10.011	Suzuki Satria F150,Suzuki Gsx R,Suzuki Nex dan Suzuki Addr. ⁹

Sumber data: Hasil observasi dari media sosial pada 25 Februari 2024.

Berdasarkan Tabel diatas Merk dari Jepang tersebut banyak dikenal masyarakat lantaran banyaknya pengguna serta dealer yang menyediakan produk tersebut. Ada banyak dealer yang memasarkan produk honda, terutama pada kendaraan jenis roda dua, seperti Kembang Jawa Motor, Aries Motor, dan Putra Sentosa Mandiri. Meskipun ketiga dealer menjual jenis merk yang sama, akan tetapi dari ketiga toko tersebut memiliki loyalitas pelanggan yang berbeda.

Loyalitas pelanggan pada suatu dealer tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor dari dealer itu sendiri, seperti kualitas pelayanan, kualifikasi produk yang dipasarkan, harga, dan lain-lain.¹⁰ Loyalitas disini akan penulis lihat dari hasil penjualan tiap tahunnya, kemudian akan dibandingkan dengan hasil penjualan dealer lain. Pada penelitian ini, penulis akan membandingkan ketiga dealer tersebut yaitu dealer Kembang Jawa Motor,

⁹ <https://www.aripitstop.com/2023/11/10/hasil-penjualan-motor-januari-oktober-2023-di-indonesia-honda-kuasai-pasar-78/>

¹⁰ Taufiqurrahman, Wiwik Dwi Sukpa, dan Gatot Wijayanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Lapangan Internasional Futsal Pekanbaru, *Jurnal Jom FEKON*, Vol. 2, No. 1 (2015), hal. 1-18.

Aries Motor dan Putra Sentosa Mandiri (PSM). Penulis telah melakukan observasi terkait penjualan produk dalam tiga tahun terakhir di beberapa dealer yang ada di Kediri. Pada dasarnya setiap perusahaan yang memproduksi barang atau jasa membutuhkan kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan yang memproduksi barang diharapkan selalu memahami dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen. Era globalisasi saat ini munculnya persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dielakkan lagi, terdapat pesaing sehingga perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang seperti halnya dengan ketiga dealer tersebut kembang jawa motor, aries motor dan putra sentosa mandiri. Data perbandingan hasil penjualan motor ketiga dealer di Kediri didapati sebagai berikut.

Tabel 1.2
Data Penjualan Motor Honda per Tahun

Nama Perusahaan	Alamat	Type Kendaraan	2020	2021	2022	2023	Pelayanan
PT. Kembang Jawa Motor (KJM)	Jl. Gatot Subroto No.127, Mrican, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112	Supra, Sonic, CB150 R, Verza, Vario, Scoopy, Genio, Beat, AD V, CRF, dan PCX	6126 Unit	6619 Unit	6681 Unit	8245 Unit	<ul style="list-style-type: none"> • Team marketing yang ramah. • Karyawan responsif dan reaktif. • Booking service via online maupun kunjungan. • Ada event setiap bulanya • Bonus Dorprice menarik berupa alat elektronik • Free voucher belanja alfamart atau indomaret • Free Give

							<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan lebih banyak jenis tipe kendaraan (helm, jaket, tempat plat dan bisa memilih jas hujan atau jaket)
PT. Putra Sentosa Mandiri (PSM)	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No.43, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Supra, Sonic, CB150 R, Verza, Vario, Scoopy, Genio, Beat, ADV, CRF, dan PCX	4511 Unit	5246 Unit	5980 Unit	6529 Unit	<ul style="list-style-type: none"> • Team marketing yang Ramah. • Adanya <i>discount</i> setiap pembelian. • Service kunjungan. • Free Give (helm dan jaket dan asesoris lainnya).
PT. Aries Putra Mandiri (Aries Motor)	Jalan Dhoho No.42 Kecamatan Kota Kediri, Jawa Timur, 64123, Indonesia	Supra, Sonic, CB150 R, Verza, Vario, Scoopy, Genio, Beat, ADV, CRF, dan PCX	4306 Unit	6331 Unit	6563 Unit	5331 Unit	<ul style="list-style-type: none"> • Team marketing yang ramah. • <i>Home Service</i>. • Adanya <i>discount</i> setiap bulan. • Free Give (helm, jaket dan dapat gantungan kunci).

Sumber data : Data Wawancara dan Observasi Lapangan 5 Maret 2024.

Dari Tabel diatas terlihat bahwa PT. Kembang Jawa Motor (KJM) penjualan disetiap tahunnya mengalami peningkatan yang drastis, jika dibandingkan dengan PT. Putra Sentosa Mandiri (PSM) dan PT. Aries Putra Mandiri (Aries Motor). Hal tersebut dapat terjadi karena PT. Kembang Jawa Motor (KJM) melakukan suatu strategi, agar produknya dapat menarik minat pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan mampu memberikan permintaan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perbandingan hasil penjualan pertiga tahun terakhir dari ketiga dealer tersebut, Dealer (KJM) saat ini sedang mengalami

persaingan di dunia usaha, oleh karena itu pemiliknya secara konsisten mengamati dan meningkatkan nilai tambah untuk bisnisnya, oleh karena itu para konsumen semakin puas dengan layanan yang diberikan oleh usaha mereka.

Tabel 1.3
Data Pelanggan yang *Repeat Order*
Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri

Nama	Alamat	No. Hp	Ulasan
Aning Puspa Negara	Ds.Silir Kec. Wates Kab.Kediri RT/RW 015/005	081216774879	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan dari tim marketing jelas ketika menyampaikan informasi produk. • Jenis kendaraan yang dipasarkan lebih banyak.
Supardi	Ds.Sumberagung Dsn.Ngijo Kab.Kediri RT/RW 036/009	085853721225	<ul style="list-style-type: none"> • Ada potongan harga dalam pembelian kredit, • Harga yang diberikan lebih murah dari yang lain.
Kusnandar	Ds.Sidomulyo Dsn.Winong RT/RW 002/004	085233856402	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap pembelian unit mendapatkan fasilitas gratis servis. • Mendapatkan <i>gift</i> barang jaket, helm dan jas hujan.

Sumber data: Data Wawancara dan Observasi Lapangan 06 November 2023

Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara dengan salah satu pengelola industri otomotif dan juga pelanggan yang pernah repeat order tersebut, ditemukan beberapa hal yang baru. Pelaku bisnis mengklaim bahwa perusahaan mereka berkembang dengan sangat pesat dan stabil. Jumlah pelanggan yang datang setiap bulanya terus meningkat dalam kurun beberapa tahun terakhir. Kualitas pelayanan selalu diutamakan

dalam kepuasan pelanggan sehingga mendapatkan kepercayaan dan dapat memunculkan rasa loyalitas. Hal ini juga berdampak pada meningkatnya jumlah penjualan di dealer Honda Kembang Jawa Motor. Meskipun ada persaingan yang ketat antara tempat usaha sejenis, namun Dealer Honda Kembang Jawa Motor ini selalu mendapatkan pelanggan setiap harinya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul “Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri”. Penulis juga berharap penelitian ini akan berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang kajian manajemen pemasaran.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri?
3. Bagaimana Peran Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri.

3. Untuk Mengetahui peran kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri.

D. Manfaat Peneliiian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai tambah pengetahuan dan bacaan untuk mahasiswa maupun pihak lain dalam melakukan penelitian yang serupa dan memperoleh gambaran lebih jelas mengenai kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada dealer honda kembang jawa motor kediri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada dealer honda kembang jawa motor kediri.

- b. Bagi Pihak Terkait

Dari penelitian ini, diharapkan mampu memberi masukan kepada perusahaan untuk dapat mengembangkan kualitas pelayanan yang tepat agar tercipta kepuasan pelanggan sehingga terbentuknya rasa loyalitas.

- c. Bagi Umum

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan pandangan bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas topik terkait hal-hal diatas.

E. Telaah Pustaka

Disajikan persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian terdahulu dalam tabel berikut.

Tabel 1.4 Persamaan dan perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti, judul, bentuk (jurnal/tesis/skripsi), penerbit, tahun	Penelitian yang dilakukan	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Jurnal: Nabilah Alya Insani dan Putu nina Madiawati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. <i>JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)</i> , Vol.4, No. 3. 2020. ¹¹	Penggunaan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai fokus penelitian	Fokus penelitian dari peneliti terdahulu mengkaji kualitas pelayanan, harga, promosi dan pelayanan sedangkan peneliti ingin mengkaji tentang kualitas pelayanan dan juga loyalitas pelanggan serta objek yang berbeda.
2.	Jurnal : Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store. <i>International Journal Administration, Business And Organization</i> , 1(2), 2020. ¹²	Penggunaan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai fokus penelitian.	Fokus penelitian dari peneliti terdahulu mengkaji kualitas pelayanan, harga, promosi dan pelayanan sedangkan peneliti ingin mengkaji tentang kualitas pelayanan dan juga loyalitas pelanggan serta objek yang berbeda.
3.	Skripsi Miswanto, M. (2019). Pengaruh	Penggunaan kualitas pelayanan dan loyalitas	Fokus penelitian dari peneliti terdahulu

¹¹ Nabilah Alya Insani dan Putu nina Madiawati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol.4, No. 3.

¹² Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business And Organization*, 1(2).

	kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada tahu tuna" dewa ruci" pacitan (<i>Doctoral dissertation</i> , IAIN Ponorogo). ¹³	pelanggan sebagai fokus penelitian.	mengkaji kualitas pelayanan, harga, promosi dan pelayanan sedangkan peneliti ingin mengkaji tentang kualitas pelayanan dan juga loyalitas pelanggan serta objek yang berbeda.
4.	Jurnal: Arslan, I. K. (2020). <i>The importance of creating customer loyalty in achieving sustainable competitive advantage. Eurasian Journal of Business and Management</i> , 8(1), 11-20. ¹⁴	Penggunaan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai tujuan penelitian.	Fokus penelitian dari peneliti terdahulu mengkaji kualitas pelayanan, harga, promosi dan pelayanan sedangkan peneliti ingin mengkaji tentang kualitas pelayanan dan juga loyalitas pelanggan serta objek yang berbeda.
5.	Jurnal: Khairawati, S. (2020). <i>Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. International Journal of Research in Business and Social Science</i> (2147-4478), 9(1), 15-23. ¹⁵	Penggunaan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai fokus penelitian.	Fokus penelitian dari peneliti terdahulu mengkaji kualitas pelayanan, harga, promosi dan pelayanan sedangkan peneliti ingin mengkaji tentang kualitas pelayanan dan juga loyalitas pelanggan serta objek yang berbeda.

¹³ Miswanto, M. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada tahu tuna" dewa ruci" pacitan (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)*.¹³

¹⁴ Arslan, I. K. (2020). *The importance of creating customer loyalty in achieving sustainable competitive advantage. Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11-20.¹⁴

¹⁵ Khairawati, S. (2020). *Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(1), 15-23