

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ketatnya persaingan bisnis pada era globalisasi di mana perusahaan dihadapkan oleh tidak loyal pelanggan karena pelanggan berpindah ke perusahaan lain dalam membeli produk sehingga berdampak pada penurunan keuntungan perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang dan berapa kemungkinan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk [1]. Dengan demikian, loyalitas pelanggan merupakan perilaku pelanggan yang timbul tanpa paksaan untuk setia dalam meningkatkan citra positif atas produk yang dijual perusahaan. Loyalitas pelanggan memegang peranan penting karena pelanggan yang loyal akan senantiasa membeli dan menggunakan produk yang dijual sehingga pendapatan perusahaan akan meningkat. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan. Perusahaan akan melakukan berbagai cara agar dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan karena pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang produktif dan memberikan aliran pendapatan untuk perusahaan. Pelanggan yang loyal senantiasa akan memprioritaskan perusahaan sebagai tempat pemenuhan kebutuhan dan pemuasan serta akan memberikan perhatiannya atas produk-produk yang dijual oleh perusahaan. Perusahaan yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan akan membuat perusahaan semakin berkembang dan mengurangi pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis.

PT. Laris Sumut Makmur Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor penjualan oli mesin kendaraan merek Mesran yang beralamat di jalan Brigjend Katamso No. 32-A Medan. Alasan pemilihan bidang penjualan oli mesin kendaraan merek Mesran pada penelitian ini adalah oli mesin merupakan kebutuhan utama para pengguna kendaraan dan merek Mesran merupakan merek oli mesin yang cukup dikenal oleh pelanggan. Dalam operasionalnya, perusahaan mengharapkan usaha yang dijalannya dapat semakin maju dengan peningkatan

penjualan dan pencapaian target penjualan. Berikut ini akan ditampilkan data penjualan oli mesin merek Mesran tahun 2012 sampai dengan 2016 seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data Penjualan Oli Mesin Merek Mesran

No.	Tahun	Target Penjualan (Rp.)	Total Penjualan (Rp.)	% Capai Penjualan
1	2012	3.000.000.000	2.724.000.000	89,87%
2	2013	3.000.000.000	2.701.000.000	88,93%
3	2014	3.000.000.000	2.679.000.000	88,02%
4	2015	3.000.000.000	2.640.000.000	86,36%
5	2016	3.000.000.000	2.442.000.000	77,15%

Sumber: PT. Laris Sumut Makmur Medan

Dari Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa perusahaan tidak mampu mencapai target penjualan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Pada tahun 2012 total penjualan adalah sebesar Rp. 2,724,000,000 mengalami penurunan sebesar Rp. 23.000.000 pada tahun 2013 menjadi Rp. 2,701,000,000. Pada tahun 2014 total penjualan adalah sebesar Rp. 2,679,000,000 mengalami penurunan sebesar Rp. 22.000.000 dibandingkan tahun 2013. Pada tahun 2015 total penjualan adalah sebesar Rp. 2,640,000,000 mengalami penurunan sebesar Rp. 39.000.000 dibandingkan tahun 2014. Pada tahun 2016 total penjualan adalah sebesar Rp. 2,442,000,000 mengalami penurunan sebesar Rp. 198.000.000 dibandingkan tahun 2015. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian penjualan sebelumnya, terjadi penurunan penjualan oli mesin yang dikarenakan pelanggan beralih ke perusahaan lain yang sejenis dalam membeli produk. Banyaknya pelanggan berpindah ke perusahaan lain mencerminkan rendahnya loyalitas pelanggan yang dipicu oleh faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [2]. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan seberapa baiknya pelayanan yang perusahaan berikan untuk pelanggan dalam memenuhi dan memuaskan

keinginan pelanggan. Dalam faktor kualitas pelayanan di PT. Laris Sumut Makmur Medan, berdasarkan wawancara dengan bagian penjualan diperoleh informasi bahwa pelanggan sering mengajukan keluhan kepada perusahaan karena pelayanan yang diterima dinilai belum sesuai harapan seperti kuantiti pengiriman produk berbeda dengan yang dipesan pelanggan, terjadi kesalahan harga di faktur penjualan, lambatnya pelayanan yang diberikan staf penjualan, pesanan produk pelanggan tidak diproses ke tahap penjualan, dan lainnya. Dengan banyaknya pelanggan yang melakukan keluhan atas pelayanan yang diberikan perusahaan mencerminkan kualitas pelayanan pada perusahaan masih belum optimal.

Selain memperhatikan kualitas pelayanan, perusahaan juga perlu mengamati dengan baik kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat sampai seberapa besar suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi oleh produk yang dikonsumsi [3]. Dengan demikian, kepuasan pelanggan merupakan tingkat di mana kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi oleh produk yang dikonsumsi. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Permasalahan yang dapat terjadi dengan rendahnya kepuasan adalah pelanggan akan tidak loyal dalam arti akan berpindah ke perusahaan lain dalam membeli atau menggunakan jasa. Hal ini disebabkan pelanggan yang puas akan senantiasa loyal kepada perusahaan karena pelanggan menilai keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik oleh perusahaan. Dalam faktor kepuasan pelanggan di PT. Laris Sumut Makmur Medan, berdasarkan wawancara dengan bagian penjualan diperoleh informasi bahwa sering terjadi produk lambat dikirim ke tempat pelanggan, telepon kantor sulit dihubungi, pelayanan masih kurang ramah, saran pelanggan sering kurang ditanggapi dengan baik, dan lainnya.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang terjadi pada perusahaan, maka peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Oli Mesin Merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?
- b. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Mempertimbangkan bahwa loyalitas pelanggan mempunyai ruang lingkup yang cukup luas, maka ruang lingkup pada penelitian ini penulis hanya membatasi pada:

- a. Variabel bebas meliputi kualitas pelayanan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2).
- b. Variabel terikat meliputi loyalitas pelanggan (Y).
- c. Objek penelitian pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.
- d. Periode pengamatan tahun 2017.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh penulis dengan tujuan untuk:

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.
- c. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran pada PT. Laris Sumut Makmur Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat teoritis:

Sebagai dasar peningkatan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan dan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama maupun yang berkaitan dengan masalah peneliti ini.

b. Manfaat praktis:

Sebagai dasar peningkatan loyalitas pelanggan menggunakan oli mesin merek Mesran di masa yang akan datang dengan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Mia Rahmiati (2012) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Honda Vario) [4]”. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada:

- a. Variabel penelitian : variabel penelitian terdahulu menggunakan 1 (satu) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan penelitian terdahulu adalah Kepuasan Pelanggan (X), sedangkan variabel bebas yang digunakan peneliti adalah Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2). Alasan penambahan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah karena ingin mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasakan kepuasan dan kesenangan karena kualitas layanan yang diberikan [5]. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- b. Jumlah populasi dan sampel : jumlah populasi dan sampel yang digunakan penelitian terdahulu adalah sebanyak 175 orang pembeli, sedangkan jumlah populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 47 toko.
- c. Waktu penelitian : penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2012 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2017.
- d. Objek penelitian: objek penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor Honda dan

oli mesin sedangkan objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan oli mesin kendaraan merek Mesran.



UNIVERSITAS MIKROSKIL