BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dewasa ini semakin hari semakin berkembang dengan sangat pesatnya. Hal ini pada akhirnya berdampak pada munculnya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun perusahaan jasa. Semua perusahaan berlomba untuk menciptakan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan mereka agar dapat bertahan dalam era persaingan global ini.

Seiringan dengan hal tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat terciptanya loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Jika perusahaan ingin tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan yang dapat bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Pada dasarnya faktor kualitas

merupakan aspek penting agar konsumen merasa puas dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumennya merasa puas dalam pemakaian suatu barang. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik bentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat. Konsumen akan mengharapkan produk yang dibelinya merupakan produk yang mempunyai kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan suatu produk untuk menampilkan kemampuannya atau melaksanakan fungsi-fungsi yang dimilikinya. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya mampu memberikan kinerja atau dapat melebihi apa yang diharapkannya. Bila konsumen merasa puas terhadap produk yang dikonsumsi, maka akan cenderung timbul suatu keinginan untuk melakukan pembelian secara teratur atau terus-menerus. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang merupakan sikap yang paling menentukan konsumen loyal terhadap produk tersebut.

Dalam memilih suatu produk, yang dipertimbangkan oleh konsumen selain kualitasnya, yaitu kepuasan pelanggan. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul

karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka, Kotler and Keller (2009:139).

Menurut Schnaars (1991) dalam Tjiptono (2008:24), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Oleh sebab itu perhatian besar terhadap kepuasan pelanggan sebagai alat bersaing sangatlah penting karena pelanggan yang terpuaskan akan cenderung setia terhadap perusahan tersebut. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan.

Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan akan menggunakannya kembali pada produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Menurut Oliver (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang,

meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan prilaku.

Manusia saat ini dituntut oleh tingkat mobilitas yang tinggi secara rutinitas. Salah satu sarana yang mendukung lancarnya kegiatan manusia itu sendiri adalah alat transportasi. Alat transportasi sangat dibutuhkan dalam menunjang aktivitas seseorang, bahkan dapat dikatakan aktivitas seseorang dapat tertunda jika alat transportasinya tidak mendukung. Salah satu alat transportasi yang berkembang saat ini adalah sepeda motor. Maka dapat dilihat meningkatnya penjualan sepeda motor dari tahun ketahun dari tabel dibawah.

Tabel 1.1

Data Penjualan Motor

Tahun	Total Penjualan Motor
2012	7.141.586 Unit
2013	7.771.014 Unit
2014	7.908.941 Unit

Sumber:*www.aisi.or.id*

Dapat dilihat dari tabel 1.1 menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memberikan keterangan pertumbuhan produksi sepeda motor yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tahun 2014 jumlah produksi sepeda motor meningkat yang berjumlah 7.908.941 unit.

Tingginya permintaan terhadap sepeda motor hal tersebut berdampak akan kebutuhan pada oli pelumas sepeda motor sebagai kebutuhan mesin agar tetap terjaga dengan baik. Kita harus sering merawat kendaraan kita agar tidak mengalami kerusakkan. Salah satunya adalah rutin mengganti minyak pelumas mesin (oli) kendaraan.

Oli adalah penopang utama dari kerja sebuah mesin. Bukan itu saja, bahkan oli juga menentukan performa dan daya tahan mesin. Semakin baik kualitas oli yang digunakan, semakin baik pula performa dan daya tahan mesin. Fungsi oli bukan hanya sebagai pelumas saja, melainkan juga sebagai pendingin dan pembersih mesin.

PT Castrol Indonesia adalah perusahaan multinasional terkemuka di Indonesia dengan fokus pada industri pelumas. Castrol menyediakan berbagai macam produk pelumas performa tinggi, baik untuk sektor industri dan otomotif. Castrol memproduksi berbagai macam oli pelumas sepeda motor dan skuter seperti Castrol Power 1, Castrol Activ, dan Castrol GO. Castrol merupakan pelumas motor yang mampu memberikan perlindungan optimal pada mesin motor dalam segala kondisi cuaca, mampu menjaga kebersihan mesin, mencegah deposit pada piston dan anti slip pada kopling serta telah menggunakan teknologi perlindungan pada tiga komponen utama mesin (*Trizone Technology)*.

Castrol Indonesia juga didukung oleh lebih dari 2.000 Castrol Bike Point di seluruh Indonesia (www.okezone.com). Castrol menjalin hubungan layanan castrol bike point pada bengkel motor yang menjadi sarana dan prasarana bagi pengguna oli castrol yang membutuhkan bantuan pelayanan resmi. Pelayanan yang diberikan itu berupa pembelian, jasa pergantian oli dan informasi tentang produk oli castrol, pembelian berbagai jenis pelumas castrol, ataupun untuk sekedar mengetahui informasi mengenai produk dan harga oli castrol. Hal tersebut dilakukan agar pengguna tidak hanya mendapatkan kepuasan dari segi produk, melainkan juga dari segi pelayanan.

Berdasarkan data dari Kemenperin, saat ini ada lebih dari 200 produsen pelumas di Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah terutama di Pulau Jawa dengan kapasitas produksi terpasang mencapai 700 ribu kiloliter per tahun dan omset yang diperkirakan mencapai lebih dari Rp 7 triliun (www.sindonews.com).

Banyaknya produsen pelumas dengan berbagai merek, dari ratusan merek itu yang terdistribusi secara nasional dan memiliki volume penjualan cukup besar, yakni Mesran, Enduro, Evalube, Top-1, Federal, Castrol, Shell, Total, Yamalube, Repsol. Dapat dilihat dari tabel top brand dibawah ini.

Tabel 1.2

Top Brand Award Kategori Minyak Pelumas Motor

2012		2013		2014	
MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI
Top 1	33,8%	Top 1	29,1%	Top 1	22,9%
Castrol	17,5%	Castrol	19,1%	Yamalube	18,9%
Federal	10,0%	Yamalube	12,0%	Federal	12,8%
Mesran Super	9,7%	Federal	8,6%	Castrol	10,8%
Yamalube	9,3%	Enduro Lup	5,0%	Pertamina Enduro	6,6%
Enduro Lup	6,0%	Mesran Super	3,8%	Shell Helix	4,0%
Shell Helix	3,1%	Evalube	3,3%	Mesran Super	3,1%
Evalube	2,4%			Repsol	2,8%

Sumber: *TopBrand-Award.com*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui di tahun 2012 dan 2013 oli pelumas motor castrol selalu menempati urutan kedua sebagai *top brand*. Pada tahun 2012 angka TBI oli castrol sebesar 17,5 % dan pada tahun 2013 oli castrol mulai naik sebesar 1,6 % dengan angka TBI 19,1 % dan pada tahun 2014 oli castrol mengalami penurun dengan angka TBI 10,8 % yang menurun sebesar 8,3 % dari tahun sebelumnya di bandingkan dengan kompetitornya.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk mempertahankan konsumen yang loyal. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Persaingan yang ketat secara

tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, perusahaan harus bekerja keras dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Oleh karena itu perusahaan dituntut mampu menawarkan barang atau jasa dengan mutu yang diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu, yang membuat pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan dalam melayani kebutuhan dan keinginan konsumennya, karena konsumen sekarang semakin pandai dan cermat, yang menyebabkan kebutuhan dan keinginannya berubah sangat cepat.

Banyaknya merek produk untuk kategori minyak pelumas motor tersebut menyebabkan pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang pada akhirnya bisa memungkinkan pelanggan untuk beralih ke merek lain, terlebih lagi jika merek tersebut membuat suatu perubahan yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul. Di setiap perusahaan harus menyadari perlunya secara terus-menerus melakukan perbaikan kualitas, perubahan, dan perkembangan bisnis inti (*core business*) dengan memanfaatkan manajemen kualitas sebagai daya dukung keunggualan bersaing.

Maka loyalitas pelanggan mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap *survive* dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Untuk membangun loyalitas pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk atau jasa yang di milikinya.

Melihat adanya berbagai merek pelumas motor di Bekasi Timur, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan dalam membeli produk oli pelumas motor merek Castrol di Bekasi Timur bila diukur dari kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan oli pelumas castrol.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan oli pelumas castrol di wilayah bekasi timur. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :**" Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol''. (Studi Kasus Pelanggan Bengkel King Motor Sport di Bekasi Timur).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?
2. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?
3. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi PT. Castrol Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan oli pelumas Castrol.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam penentetuan strategi yang tepat bagi PT. Castrol Indonesia dalam upaya memberikan kepuasan pelanggan yang lebih baik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan yang tepat bagi PT. Castrol Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk dan kepuasan bagi pelanggan untuk memperbesar pangsa pasar dan penjualan oli pelumas Castrol dimasa depan.