

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan usaha jual mobil di indramayu jawa barat cukup banyak, dari mulai Toyota, Suzuki dan Mitsubishi kebetulan semua dealler resmi mereka berada di satu jalur utama indramayu atau di bagian pusatnya sehingga para calon konsumen dibuat bingung dengan keberadaan 3 produsen-produsen otomotif yang cukup banyak di minati konsumen. Rata-rata semua brand memiliki bengkel resmi dan memiliki sparepart yang lengkap, tetapi konsumen juga memiliki produk berdasarkan kriterianya masing :

Ada yang fanatik terhadap brand dan oleh sebab itu sebagai papaun produk yang dikeluarkan oleh brand tersebut konsumen enggan membelinya dan bahkan salalu membandingkan dengan brand yang dia suka. Ada beberapa orang yang tidak meilhat brandnya akan tetapi melihat pada Dp rendahnya sesuai dengan budget yang mereka punya pada saat mau membelinya. Ada konsumen yang terpengaruh oleh kemahahiran salesnya mempromosikan produk yang dijualnya sehingga konsumen yang ingin membeli brand lain malah membeli brand yang rekomendasikan salesnya.

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika konsumen menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik. Selain faktor bagi kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.konsumen yang puas terhadap produk

yang ditawarkan oleh perusahaan baik pasti akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali.

Tabel 1.1. Data Penjualan Kendaraan

Nama Perusahaan	Tahun			Total
	2019	2020	2021	
Auto 2000	1.009	552	810	2.371
Suzuki	282	177	181	640
Mitsubishi	25	65	72	165

Sumber: dari perusahaan terkait, 2022

Pada tahun 2019 Auto 2000 menghasilkan penjualan sebesar 1.009 unit mobil dan pada tahun 2020 menghasilkan penjualan sebesar 552 unit mobil terlihat ada penurunan hampir 50% dikarenakan adanya pandemi covid-19, namun pada tahun 2021 adanya kenaikan penjualan sebesar 810 unit mobil. Selama 3 tahun terakhir total penjualan yang di keluarkan Auto 2000 sebesar 2.371 unit mobil. Pada tahun 2019 suzuki menghasilkan penjualan sebesar 282 unit mobil dan pada tahun 2020 menghasilkan penjualan sebesar 177 unit mobil terlihat ada penurunan hampir 50% dikarenakan adanya pandemi covid-19, namun pada tahun 2021 adanya kenaikan penjualan sebesar 181 unit mobil. Selama 3 tahun terakhir total penjualan yang di keluarkan suzuki sebesar 640 unit mobil.

Pada tahun 2019 Mitsubishi menghasilkan penjualan sebesar 25 dikarenakan dealer ini berdiri di Indramayu dari bulan agustus itu sebabnya penjualannya masih sedikit, di tahun 2020 menghasilkan penjualan sebesar 65

unit mobil dan di tahun 2021 adanya kenaikan penjualan sebesar 72 unit mobil. Selama 3 tahun terakhir total penjualan yang di keluarkan Mitsubishi adalah sebesar 164 unit. Dari 3 dealer mobil di atas Auto 2000 menjadi market leader di Indramayu karena penjualannya yang cukup terbilang sangat banyak di bandingkan dari dealer yang lain.

Kondisi ekonomi yang terjadi didalam persaingan usaha secara menyeluruh dimana transaksi jua beli yang dapat dilakukan oleh siapa saja dan kapan saja. Keberhasilan dalam penguasaan pasar hanya didapatkan oleh perusahaan dapat memberikan apa saja yang siap dibeli oleh para konsumen sehingga konsumen dapat dapat mempromosikan pelayanan yang sudah kita kasih kepada kerabatnya atau keluarganya. Setiap perusahaan berusaha memperluas pangsa pasar serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin oleh karena itu dalam pemasaran sangat penting yang namanya kualitas pelayanan , harga , promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan . Perusahaan otomotif saat ini sudah sangat maju dengan pesat dalam memproduksi untuk dijual kepada pasaran di dalam negeri maupun luar negeri.

Jenis otomotif semakin beragam dalam bentuk, harga, fitur-fitur, yang maju sehingga dapat meningkatkan penjualan. Mobil memiliki banyak jenis dan manfaat antarlain jenis ada MPV, SUV, Sedan dan Niaga. Hal yang perlu diperhatikan perusahaan selain menghasilkan produk yang akan dijual tentu perusahaan harus memikirkan cara untuk memasarkan agar laku dipasaran promosi contohnya dengan mempromosikan segala fitur-fiture yang ada di

kendaraan tersebut dengan keunggulan yang berbeda dari kompetitor akan menjadi pertimbangan bagi calon pembeli untuk memilih kendaraan apa yang mereka beli . Konsep pemasaran dapat meningkatkan penjualan pada suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Menurut Swastha (2009) upaya yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan menggunakan promosi secara canvassing atau secara online. Strategi yang jitu dan komitmen team yang solid sangat penting dalam mencapai kepuasan pelanggan , baik di bagian depan (Frontliner) maupun di bagian belakang (Supporting). Hal inilah yang dilakukan Auto 2000 Indramayu untuk tetap membuat pelanggan puas akan pelayannya selama berada di showroom. Tidak sedikit konsumen yang merekomendasikannya kepada sodara dan kerabatya untuk membeli kendaraan Toyota di Auto 2000. Pada dasarnya banyak yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono (2015), faktor penyebab buruknya kualitas Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut : Produksi dan konsumsi, Intensitas tenaga kerja yang tinggi , Dukungan terhadap pelanggan, Gap komunikasi, Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama,

Perluasan, Visi bisnis. Hasil penelitian Andalusi (2018) & Priadi (2022) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam arti yang sempit harga adalah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Andi (2015) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seseorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, ununtuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan sebaiknya melihan beberapa freferensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Hasil penelitian Sudarsono (2018) & Husan (2021) menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Promosi menurut Kotler dan Keller dalam Abdurrahman (2015) mengartikan promosi adalah paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan. Wijayanto (2021) & Andira (2018) menunjukan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan di antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan

produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Hasil penelitian Simanungkalit (2020) & Maulana (2018) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Di jelaskan dalam al-quran surat Al-Baqarah ayat 275 tentang jual beli yang di halalkan dan mengharamkan riba:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
 وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
 إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri , melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba . Padahal,Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti,maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi,maka mereka itu penghuni neraka,maka kekal di dalamnya. (QS Al-Baqarah ayat 275).

Dari ayat tersebut dijabarkan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba , menurut analisa saya tentang ayat tersebut kita di perbolehkan untuk jual beli. Adanya unsur tolong menolong dalam transaksi jual beli kredit dikarenakan pembeli mungkin untuk mendapatkan barang tersebut sangatlah susah kalau harus membayarnya dimuka atau harus lunas begitu barang di ambil, untuk itu berperannya unsur perkreditan menjadi tolong menolong untuk

orang yang ingin mendapatkan barang yang mereka butuhkan dengan cara mengangsur atau kredit, untuk bunganya kita bias mengganti dengan kata administrasi yang artinya untuk biaya jasa orang yang bekerja atau yang meminjamkan kita uang untuk membeli barang yang kita inginkan.

Berdasarkan uraian di atas dipergunakan variabel-variabel seperti kualitas pelayanan, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam dunia otomotif bidang pemasaran di wilayah Indramayu, karena Toyota *market leader* di Indonesia. Oleh karena itu penulis tertarik dengan penelitian berjudul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AUTO 2000 INDRAMAYU SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di bahas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa variabel penelitian di antaranya pengaruh kualitas pelayanan , harga , promosi dan kualitas produk. Dengan demikian rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Indramayu?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Indramayu?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Indramayu?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Indramayu?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Indramayu ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan serta tinjauannya dari sudut pandang islam?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Indramayu.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan konsumen pada Auto 2000 Indramayu.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Auto 2000 Indramayu.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Indramayu.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk serta simulasi terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta tinjauannya dari sudut pandang islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu menjadi faktor yang pengembangan khususnya di bidang pemasaran . Terutama para akademis yang akan melakukan penelitian yang sama dengan variabel yaitu : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Auto 2000 Indramayu serta tinjauannya dari sudut pandang islam.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini mampu menjadi masukan bagi perusahaan yang terlibat juga individu khususnya pelaku usaha maupun pemasaran yang akan mengembangkan usaha berdasarkan penelitian ini. Diharap pula hasil penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama terutama di bidang pemasaran.