

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pengguna mobil jenis *MPV* (Multi Purpose Vehicle) sangat sering dijumpai, sesuai dengan perkembangan teknologi di dunia otomotif dan perubahan gaya hidup masyarakat, sehingga tidak mengherankan jika persaingan dalam usaha otomotif terutama mobil jenis *MPV* berlangsung dengan sangat ketat dan harga yang ditawarkan pun menjadi kompetitif. Hal ini tidak hanya pada model dan warna namun juga pada merek dimana konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan produk yang ditawarkan maka produsen dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan pasar. Kini banyak berbagai jenis model mobil dengan berbagai kelebihan.

Salah satu mobil jenis *MPV* yang terbilang sukses di pasar adalah mobil Toyota Kijang Innova. Toyota Kijang Innova adalah model kendaraan niaga dan keluarga buatan dari Toyota yang merupakan kendaraan paling populer untuk kelas *MPV* di Indonesia. Toyota Kijang Innova hadir di Indonesia sejak tahun 2005 dan saat ini merupakan salah satu model yang diusung oleh Toyota dan paling laku di negara tersebut. Kini mobil Toyota Kijang Innova dapat ditemukan dengan mudah di seluruh pelosok Indonesia. Model ini dikeluarkan oleh Toyota Astra Motor pada akhir tahun 2004, yang dipasarkan dengan konsep mobil keluarga jenis *MPV* masa kini, dengan bentuk bodi yang lebih aerodinamis beserta kenyamanan setara dengan sedan mewah. Posisi pengendalian lebih akurat, letak

*shift knob* terjangkau dan *panel instrumen* yang lebih *user friendly*. Selain harga yang bersaing, ada beberapa alasan lain mengapa para konsumen memilih mobil *MPV*. Diantaranya adalah dalam hal teknologi. Mobil *MPV* dianggap lebih canggih dalam hal keselamatan.

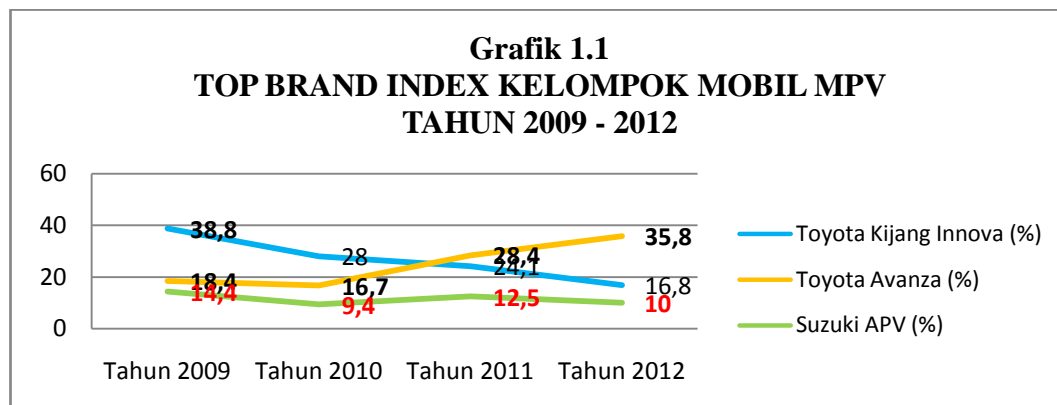
Menurut Bambang (Republika, 2003), untuk pasar di Indonesia mobil jenis *MPV*(Multi Purpose Vehicle) dan mobil niaga atau mobil multiguna masih menjadi favorit. Mobil jenis *MPV* tidak hanya mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang besar tetapi juga barang, karena amat sesuai dengan kultur orang Indonesia yang rata – rata memiliki keluarga dalam jumlah besar. Selain itu orang Indonesia juga masih senang mengangkut tetangga sehingga mereka lebih menyukai mobil yang memiliki kapasitas besar. Keuntungan menggunakan mobil jenis *MPV* adalah memiliki kapasitas muat yang banyak dan lebih ekonomis.

Berdasarkan data yang diperoleh dalam situs majalah Marketing mengenai *Top Brand Award* mobil *MPV* Toyota Kijang Innova, sebagai berikut :

Tabel 1.1  
TOP BRAND INDEX KELOMPOK MOBIL *MPV* TAHUN 2009 - 2012

Tahun	Toyota Kijang Innova (%)	Toyota Avanza (%)	Suzuki APV (%)
2009	38,8%	18,4%	14,4%
2010	28,0%	16,7%	9,4%
2011	24,1%	28,4%	12,5%
2012	16,8%	35,8%	10,0%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>



Dari tabel dan grafik diatas menunjukkan bahwa mobil MPV Toyota Kijang Innova masih mampu tampil sebagai merek terbaik, meskipun *Top Brand Index* pada mobil MPV Toyota Kijang Innova pada empat tahun terakhir mengalami penurunan. Dengan banyaknya jumlah pesaing yang ada serta semakin meningkatnya tuntutan dari konsumen yang semakin kritis sehingga siap atau tidak pengusaha harus terjun dalam persaingan yang ada tersebut. Agar dapat memenangkan persaingan tersebut, perusahaan mobil haruslah meningkatkan persepsi kualitas, kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan loyalitas pelanggan. Dealer mobil harus dapat melakukan promosi yang besar. Promosi dapat dilakukan dengan memberikan uang muka yang murah, cicilan yang ringan, dan mutu kualitas mesin dan merek yang bagus.

Persepsi kualitas oleh konsumen sangat memberikan keuntungan kepada perusahaan. Dengan adanya keuntungan dengan kualitas yang dirasakan pelanggan, maka perusahaan tersebut sangat memperhatikan konsumen yang ingin mendapatkan kualitas produk yang tinggi sesuai dengan harapan konsumen. Jika kualitas yang dirasakan pelanggan baik, maka dapat memberikan nilai yang tinggi untuk perusahaan di masa depan dan sangat membantu untuk mendapatkan

laba yang tinggi. Apabila, tanpa diimbangi dengan kualitas produk yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan terhadap pelanggan. Saat ini kualitas yang dirasakan pelanggan terhadap produk, kepuasan pelanggan dan cekatan atau cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan adalah permasalahan terpenting dari diferensiasi produk. Hanya dealer mobil yang memberikan kualitas yang dirasakan pelanggan terhadap produk, kepuasan pelanggan dan cekatan atau cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, untuk dapat mempunyai pelanggan yang loyal terhadap dealer mobil tersebut. Kepuasan konsumen adalah kunci yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan tidak akan pernah berhenti pada satu titik. Menurut (Husein Umar, 2005 : 65), kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan hasil dengan harapan. Konsumen yang puas terhadap kualitas dan nilai yang diberikan pihak Toyota, maka dapat memberikan harapan di benak konsumen.

Dalam kondisi ini upaya menerobos pasar dan dorongan untuk menjual lebih banyak tidak begitu dirasakan, yang diperlukan disini adalah mengembangkan kualitas produknya dengan teknologi dan desain yang *up to date* sehingga mampu membuat produk mobil MPV Toyota Kijang Innova berada di posisi sebagai pemimpin pasar. Selain itu dengan memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas serta konsumen tidak lari dan pindah pada mobil lain. Menurunnya tingkat *brand* mobil MPV Toyota Kijang Innova pada *Top Brand Index* dari tahun 2009 hingga 2012 merupakan pokok permasalahan didalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Persepsi Kualitas, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil MPV Toyota Kijang Innova di Surabaya”**.

### **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan Mobil MPV merek Toyota Kijang Innova ?
2. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas merek pelanggan Mobil MPV merek Toyota Kijang Innova ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan Mobil MPV merek Toyota Kijang Innova ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas merek.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat bagi pihak – pihak yang ada kaitannya dengan penelitian ini, terutama bagi :

1. Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan pengetahuan yang ada dan digunakan untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh serta menambah wawasan bagi penulis mengenai persepsi kualitas, kepuasan pelanggan, loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pembaca

Informasi yang didapatkan dapat menjadi informasi, referensi dan menambah pengetahuan yang didapat dalam penelitian ini.

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah Referensi pengembangan di industri otomotif yang sangat penting bagi Perusahaan Mobil Toyota Kijang Innova Surabaya mengenai pengaruh persepsi kualitas, kepuasan pelanggan, loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan Mobil MPV Toyota Kijang Innova di Surabaya.

4. STIE Perbanas Surabaya

Informasi dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambahan perbendaharaan kepastakaan dan sebagai referensi bagi semua mahasiswa yang akan mengambil tema yang sama untuk bahan penelitian.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini dijelaskan sistematika penulisan sebagai berikut :

**BAB I: PENDAHULUAN**

Menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu dan teori – teori yang digunakan sebagai pijakan dalam mencari pemecahan masalah penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam metode penelitian diuraikan secara rinci mengenai hal – hal yang berkaitan dengan prosedur penelitian yang meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas, dan reliabilitas instrumen dan teknik analisis data.

**BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN  
ANALISIS DATA**

Dalam bab ini berisi uraian-uraian hasil penelitian, yaitu hasil penelitian deskriptif dan statistik. Berdasarkan hasil-hasil pengujian tersebut, kemudian dilakukan pembahasan mengenai hasil.

**BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini diuraikan kesimpulan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.