

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

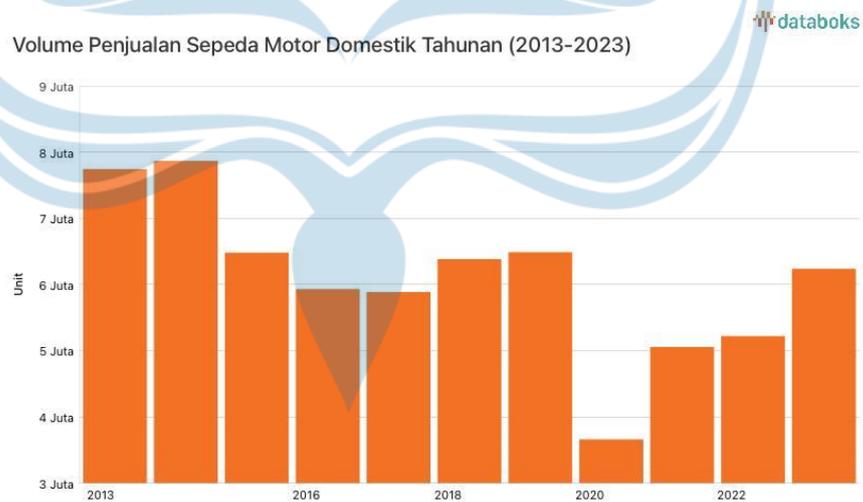
Pada kompetisi suatu usaha yang semakin modern ini, suatu bisnis akan menjadi market leader jika bisa memberikan kualitas layanan maksimal dan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pemberian barang dan jasa yang ditawarkan dengan kualitas yang baik. Dalam pemenuhan kualitas jasa yang semakin baik sangat ditentukan oleh adanya loyalitas pelanggan itu sendiri dimana mereka menjadi sangat penting perannya dalam siklus keberlangsungan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelayanan yang tidak memuaskan tentunya tidak hanya akan mengurangi pelanggan akan tetapi dapat kehilangan pelanggan itu sendiri dimana pelanggan tersebut berpindah ke kompetitor lainnya. Hal tersebut tentunya menjadi sebuah rintangan besar perusahaan demi membangun sebuah citra perusahaan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan yang telah dimiliki. Kualitas layanan adalah sebuah poin kunci bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena mempengaruhi loyalitas pelanggan itu sendiri. Loyalitas pelanggan akan muncul jika kualitas layanan yang diberikan perusahaan itu juga maksimal.

Sebagaimana kita pahami pada era saat ini masyarakat semakin sering untuk bepergian baik dalam rangka memenuhi kewajiban bekerja ataupun hal lainnya. Dengan adanya hal tersebut tentunya mempengaruhi perkembangan sarana transportasi di Indonesia dewasa ini yang perkembangannya sangat pesat. Banyaknya kendaraan saat ini yang berada di jalan raya dan kecenderungan akan masyarakat yang memiliki keinginan untuk mengendarai kendaraan pribadi dibandingkan transportasi umum membuat kendaraan sepeda motor menjadi suatu hal yang dibutuhkan oleh masyarakat yang berada di pusat perkotaan dengan tingkat lalu lintas dengan kepadatan yang sangat tinggi. Hampir setiap orang dari berbagai kalangan menginginkan memiliki

sepeda motor untuk menunjang kehidupan sehari-harinya ketika akan bepergian dan ingin terhindar dari kemacetan.

Pada realitanya kebutuhan akan pembelian kendaraan tersebut, tidak didukung oleh kenaikan pendapatan warga di Indonesia. Tentu saja, hal ini menjadi cikal bakal keberadaan perusahaan pembiayaan konsumen, yang menawarkan solusi bagi mereka yang ingin memiliki kendaraan bermotor namun tidak mampu membayar tunai. Perusahaan ini menawarkan rencana pembayaran cicilan, yang tentu saja disertai dengan bunga pinjaman, bagi mereka yang tidak memiliki cukup uang untuk membeli kendaraan sepeda motor. Dalam hal ini, PT FIF Group Cabang Cirebon, sebuah perusahaan yang menyediakan jasa penyewaan dan pembiayaan sepeda motor dengan merek Honda, bersaing dengan perusahaan lain untuk menyediakan berbagai produk yang berhubungan dengan pembiayaan.

**Gambar 1.1**  
**Penjualan Sepeda Motor Domestik (2013-2023)**



Sumber:  
Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Informasi Lain:

Sumber: Asosiasi Industri Motor Indonesia 2023 dalam *katadata.com*

Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) dalam *Katadata.com*, volume penjualan sepeda motor domestik tahunan mengalami fluktuasi terutama pada tahun 2020 dimana seluruh dunia menghadapi wabah *Covid-19*. Dengan hadirnya wabah tersebut mengakibatkan daya beli masyarakat menurun sehingga mengurangi minat mereka untuk membeli kendaraan sepeda motor. Pada tahun berikutnya penjualan berangsur naik akan tetapi masih belum bisa mengalahkan penjualan motor pada periode 2013 hingga 2015. Setelah melakukan analisis dengan mengunpulkan beberapa artikel dapat disimpulkan bahwa salah satu penyebab kenaikan penjualan sepeda motor yang terjadi pasca pandemi tidak signifikan dikarenakan banyak masyarakat yang mengeluhkan layanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa pembiayaan. Masyarakat menganggap bahwa pelayanan yang diberikan oleh *Leasing* tersebut tidak maksimal dan cenderung melanggar hukum yang berlaku di Indonesia sendiri. Salah satu contoh nyata adalah akhir akhir ini banyak ditemukan *debt collector* yang secara langsung dengan paksaan mengambil alih kendaraan masyarakat yang sedang digunakan di jalan raya sehingga menimbulkan keributan. Hal tersebut sudah sering terjadi dan juga telah memakan korban jiwa yang tentunya hal tersebut merugikan perusahaan dimata Pelanggan. Dengan adanya hal tersebut maka konsumen cenderung juga memiliki perasaan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan dan tentunya akan mengurangi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan karena mereka cemas bahwa hal tersebut bisa saja terjadi di kemudian hari kepada mereka.

Selain itu, Banyaknya kompetitor yang berada dalam persaingan dengan perusahaan, maka PT FIF Group cabang Cirebon memiliki kewajiban untuk menjaga kualitas layanan serta kepuasan pelanggannya yang diharapkan setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh PT FIF Group Cabang Cirebon diharapkan hal tersebut dapat membuat kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan terjaga. Dengan adanya hal tersebut, pada dasarnya perlu mengetahui strategi dan sektor apa saja yang perlu untuk dikembangkan dalam rangka pemenuhan loyalitas

pelanggan. Pada penelitian ini, akan dilaksanakan survei terhadap konsumen PT FIF Group Cabang Cirebon untuk memahami sejauh mana faktor faktor ini mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian terhadap kendaraan sepeda motor. Hasil penelitian ini dapat membantu PT FIF Group Cabang Cirebon dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kesadaran merk agar terciptanya loyalitas pelanggan. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga dapat berguna bagi peneliti lain yang ingin mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada perusahaan penyedia layanan kredit sepeda motor.

Perbedaan penelitian (*Research Gap*) ini dengan penelitian sebelumnya adalah Objek dan Subjek yang digunakan. Dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah PT FIF Group Cabang Cirebon sedangkan untuk subjek yang digunakan adalah konsumen PT FIF Group cabang cirebon. Berdasarkan data dari majalah infobank 2023 dipaparkan bahwa PT FIF Group merupakan salah satu dari 3 besar perusahaan yang memiliki performa bisnis dan laporan keuangan yang lengkap dan juga memiliki banyak konsumen. Berdasarkan hal tersebut, lokasi penelitian ini memiliki potensi besar untuk memberikan wawasan baru dan solusi terhadap masalah yang sedang diteliti.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus pada PT FIF Group Cabang Cirebon”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam konteks pemasaran, penelitian ini bermaksud untuk menguji hubungan antara tiga variabel kunci - Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kesadaran Merek sebagai variabel moderasi terhadap Loyalitas Pelanggan. Ketiga faktor ini dianggap sangat penting dalam menentukan bagaimana loyalitas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa. Hubungan antara faktor-faktor tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap loyalitas pelanggan akan

diselidiki dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini menyajikan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan?
3. Apakah Kesadaran Merek memoderasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian dengan judul " Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Customer Loyalty dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Moderasi Pada PT FIF Group Cabang Cirebon" dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengidentifikasi sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh PT FIF Group Cabang Cirebon memengaruhi Loyalitas Pelanggan.
- b. Untuk menilai sejauh mana Kesadaran Merek PT FIF Group Cabang Cirebon memoderasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- c. Untuk mengevaluasi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan konsumen PT FIF Goup Cabang Cirebon.

Dengan tujuan penelitian ini, diharapkan dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi Customer loyalty konsumen PT FIF Group Cabang Cirebon dalam memilih perusahaan layanan pembiayaan sepeda motor, sehingga hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka terutama kepada target audiens tersebut

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Penelitian yang dilakukan bisa memberikan kontribusi dan pengetahuan baru dalam pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan khususnya mengenai pengaruh stimulus sejauh mana variabel Kualitas Layanan, Kepuasan pelanggan, dan Kesadaran Merek berperan dalam proses timbulnya Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alasan yang lengkap mengenai kontribusi aktivitas pemasaran yang dapat memicu Loyalitas Pelanggan.

### **2. Secara Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Penelitian yang dilakukan dapat membantu PT FIF Group Cabang Cirebon untuk mempertimbangkan pentingnya aktivitas pemasaran yang kedepannya akan dilakukan oleh perusahaan, dalam hal ini yaitu Kualitas Layanan, dan Kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

#### **b. Bagi Konsumen**

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu membantu para konsumen yang akan menggunakan jasa perusahaan pembiayaan untuk melakukan pembelian sepeda motor. Penelitian ini diharapkan membantu konsumen untuk memberikan pertimbangan terhadap produk apa yang akan mereka beli berdasarkan Kualitas Layanan, dan Kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penyusunan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

### **BAB I                    PENDAHULUAN.**

Bab ini akan Memberikan penjelasan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang dilakukan, dan sistematika penulisan penelitian.

**BAB II**                    **TINJAUAN PUSTAKA.**

Bab ini akan menguraikan hal hal mengenai landasan teori penelitian, tinjauan peneliti terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta whipotesis.

**BAB III**                    **METODE PENELITIAN.**

Bab ini akan menguraikan beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, uji validitas, uji Reliabilitas, analisis regresi linier berganda (SPSS), analisis regresi moderasi (SPSS) dan pengujian hipotesis

**BAB IV**                    **HASIL DAN PEMBAHASAN.**

Bab IV akan menjelaskan analisis data dan pembahasan dari hasil olah data yang telah dilakukan

**BAB V**                    **PENUTUP.**

Bab ini akan mennjelaskan kesimpulan dan memberikan saran berupa penjelasan secara singkat dari keseluruhan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.