

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Mempunyai mobil tentunya impian banyak orang, mengingat mobil bisa membawa manfaat yang besar bagi penggunanya jika digunakan dengan benar. Namun, kadang impian tersebut tersendat karena beberapa alasan. Salah satu alasan utama adalah harga mobil yang melambung jauh. Oleh karena itu, masih banyak orang yang masih belum bisa memilikinya.

Salah satu cara masih bisa ditempuh dengan memiliki mobil adalah dengan membeli mobil bekas yang notabennya memiliki harga yang jauh lebih murah dari harga aslinya. mobil bekas adalah salah satu jalan yang ditempuh beberapa orang. Seperti yang kita ketahui, mobil bekas bisa dijumpai dimana saja seperti iklan baris di koran, internet, atau selebaran di pinggir jalan. Untuk memilih mobil bekas tentunya tidak mudah. Karena harus menimbang antara kualitas dan juga barang yang akan dibeli.<sup>1</sup>

Melihat hal seperti itu banyak pengusaha yang memanfaatkan peluang dengan membuka sorum mobil, khususnya mobil bekas guna menggaet konsumen menengah ke bawah.

---

<sup>1</sup>Tips Cara Membeli Mobil Bekas Yang Bagus dan Tidak Tabrakan  
<<http://superpolishpremium.com/tips-cara-membeli-mobil-bekas-yang-bagus/>> (diakses pada 09 September 2014).

Auto Charisa Mobil adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli mobil bekas yang dari waktu ke waktu selalu berusaha menawarkan mobil bekas yang berkualitas untuk konsumen, Sebagai perusahaan yang menawarkan produk berupa barang fisik, maka kualitas menjadi hal pokok yang harus di kedepankan agar konsumen merasa puas dengan apa yang dibelinya.

Dalam kondisi persaingan yang ketat ini, kualitas dipandang sebagai suatu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang pada sat ini dijadikan tolak ukur daya saing perusahaan. kepuasan konsumen akan tercapai jika suatu produk yang dibelinya memiliki kualitas sesuai dengan kebutuhannya.

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, teteapi produk bisa lebih dari itu. secara luas, produk (*product*) adalahsegala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat property, organisasi, informasi dan ide.<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen menjadi faktor penentu untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan, jika dihasilkan barang/jasa yang tidak bermutu maka besar kemungkinan konsumen akan kabur dan beralih ke perusahaan yang lain. Jika barang/jasa yang ditawarkan harganya mahal, maka konsumen akan beralih ke penyedia barang yang lebih murah namun sama kualitasnya. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga), 4.

terpenuhi, konsumen akan menunjukkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya.<sup>3</sup> Oleh karena itu perusahaan harus tahu apa yang diinginkan konsumennya. Kepuasan konsumen menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Konsumen diasumsikan memiliki informasi atau pengetahuan yang baik berkaitan dengan keputusan konsumsinya. Mereka tahu persis kualitas barang, kapasitas produksi, teknologi yang digunakan dan harga di pasar. Mereka mampu menerima jumlah penerimaan untuk suatu periode konsumsi.<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menetapkan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Transaksi Jual Beli Mobil Bekas di Showroom Auto Charisa Mobil Ciracas-Kota Serang)”**

---

<sup>3</sup> A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), 5.

<sup>4</sup> Prathama Raharja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*, (Jakarta: LP-FEUI, 2009), 75

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kualitas produk, harga dan merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setelah merumuskan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas merek
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan merek terhadap kepuasan konsumen Showroom Auto Charisa Mobil.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan catatan untuk memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan, dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya.

## 2. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini, penulis secara umum dapat menambah wawasan dan bisa mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapatkan dibangku kuliah.

## 3. Bagi pembaca

Sebagai pengetahuan dan menambah informasi tentang kualitas barang khususnya mobil bekas.

## 4. Bagi Universitas

Diharapkan hasil penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan yang dibutuhkan dalam menyediakan bahan studi yang dibutuhkan.

### **E. Pembatasan Masalah**

Agar masalah tidak meluas, maka dalam penelitian ini hanya fokus kepada kualitas produk, harga dan merek yang mempengaruhi kepuasan konsumen showroom Auto Charisa Mobil.

### **F. Kerangka Pemikiran**

Jual beli adalah suatu kegiatan ekonomi sosial yang telah disyariatkan dengan dalil yang berasal dari Al-Qur'an, sunnah, ijma' dan qiyas (analogi).

Allah ta'ala berfirman,

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

*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat): “Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,” padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Rabbnya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah:275)*

Walaupun jual beli telah dihalalkan dalam syariat Islam, namun konsep dan proses jual beli juga memiliki batasan-batasan agar jual beli itu sendiri saling menguntungkan dan tidak ada pihak yang dirugikan.

Rasulullah SAW. bersabda:

وعن ابي مسعود رضي الله عنه قال: لعن رسول الله صلّ الله عليه وسلّم  
 اكل لربا وموكله. (رواه مسلم) ١٥٩٧

*Diriwayatkan dari Ibnu Mas'ud r.aia berkata, "Rasulullah Saw. melaknat orang yang memakan harta riba dan memberi makan (keluarganya)dengannya." H.R; Muslim (1597).<sup>5</sup>*

Dalam era globalisasi ini bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya.<sup>6</sup>

Kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk, produk berkualitas adalah produk yang dapat memenuhi harapan *customer*. Beberapa definisi kualitas menekankan kepada aspek yang berbeda-beda. Misalnya kecocokan penggunaan, kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, kesesuaian produk dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya. Kualitas dapat dilihat dari dua aspek, yaitu kualitas desain (*quality of design*) dan kualitas kesesuaian (*quality of con-formance*).<sup>7</sup>

Penelitian ini bertujuan mendapatkan gambaran mengenai hubungan variabel bebas (X) dan variable terikat (Y). Adapun cara untuk mengukur kualitas yaitu ada 5 hal yang menjadi tolak ukur kualitas barang.

#### 1. Ketahanan (*durability*)

Artinya produk berkualitas dilihat dari ketahanan fisik, seperti mesin, cat body, ban dan lainnya.

---

<sup>5</sup>Ridwanullah I Riyadhy, *Shahih Riyadus Shalihin*. (Dar al-kitab wa al-sunnat, 2006), 486

<sup>6</sup>Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Memenangkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), 1

<sup>7</sup>Harnanto dan Zulkifli, *Manajemen Biaya*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2003), 83

## 2. Keandalan (*reliability*)

Artinya barang berkualitas adalah barang yang bias diandalkan, bahwa barang ini tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.

## 3. Kemudahan Perbaikan (*repairability*)

Artinya barang berkualitas adalah barang yang mudah diperbaiki, jika barang tidak berfungsi, maka perusahaan akan mengantarkan atau menunjukan untuk diperbaiki di bengkel yang dimiliki perusahaan.

## 4. Gaya (*style*)

Perusahaan menawarkan jenis mobil yang bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 5. Desain (*design*)

Artinya perusahaan meremajakan kembali kondisi mesin, interior dan eksterior mobil.

Menawarkan barang yang berkualitas adalah pokok utama dalam perusahaan demi mendapatkan kepuasan konsumen, karena tingkat kepuasan tertinggi adalah tujuan utama perusahaan yang menjadi faktor penentu untuk membuat keunggulan dalam bersaing.<sup>8</sup>

Dengan demikian, Auto Charisa Mobil yang ber-motto “mobil bekas berkualitas” berlokasi di Jl. Kol. H. Tb. Suwandi No. 8 Ciracas Kota Serang terus menawarkan mobil bekas yang berkualitas untuk

---

<sup>8</sup>Ety Rochaety dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 10.



memenuhi keinginan konsumen yang maksimal. Sehingga Auto Charisa Mobil sampai saat ini masih eksis di tangan persaingan pasar yang ketat.

## **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatasan masalah, kerangka pemikiran, sistematika penulisan.

### **BAB II : Kajian pustaka**

Dalam bab ini akan membahas landasan teori yang akan menjadikan kerangka teori secara menyeluruh.

### **BAB III : Metode penelitian**

Dalam bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan operasional variabel.

### **BAB IV : Pembahasan Hasil Penelitian**

Dalam bab ini menerangkan tentang gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

## BAB V : Penutup

Bab ini merupakan penutup dari penulisan penelitian dan berisi tentang kesimpulan dari pembahasan untuk menguraikan jawaban dari rumusan masalah dan saran-saran yang dapat diberikan.