

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dampak signifikan berhasil dimiliki oleh era globalisasi pada lanskap bisnis global. Pasar-pasar telah terbuka secara global, menciptakan peluang yang luas. Namun, hal ini juga telah mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, menjadikannya semakin sengit dan sulit diprediksi. Dalam lingkungan seperti setiap perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk menciptakan keunggulan kompetitif guna bertahan dalam persaingan yang terus berlanjut mengimbangi pesona yang dimunculkan oleh lingkungan usaha yang sejenis yang saling memiliki kompetisi.

Perusahaan yang ada bertujuan untuk pertumbuhan dan keunggulan kompetitif harus menyediakan produk berkualitas, baik barang maupun layanan, beserta pelayanan pelanggan yang sangat baik. Ini, pada gilirannya, akan mendorong kepuasan pelanggan, yang menghasilkan hubungan yang saling berkaitan. Hal ini terbukti dari meningkatnya pembelian mobil bekas setiap tahun, yang mengakibatkan peningkatan jumlah pengguna mobil. Namun, hal ini juga telah melahirkan masalah-masalah kompleks, seperti kemacetan lalu lintas yang semakin parah dan peningkatan tingkat kecelakaan.

Adanya celaka dalam berkendara yang tinggi di jalan-jalan menunjukkan adanya potensi besar dalam industri perbaikan otomotif, terutama bengkel mobil. Seiring berjalannya waktu, situasi ini semakin berkembang, semakin banyak bisnis di sektor perbaikan otomotif yang muncul, menawarkan berbagai fasilitas dan pilihan kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat mendorong bisnis-bisnis ini untuk lebih bersemangat dalam menyediakan layanan kepada konsumen dengan tujuan mencapai kepuasan pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaing-pesaingnya.

Kualitas layanan sangat penting dalam industri jasa perbaikan otomotif. Memberikan layanan terbaik dapat secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, hal itu berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan dan meningkatkan reputasinya di mata konsumen. Citra perusahaan, yang mencerminkan gambaran singkat tentang sebuah perusahaan yang terbentuk melalui pengalaman dan persepsi yang terkumpul, memainkan peran penting. Citra perusahaan yang positif secara perlahan-lahan menarik konsumen untuk membeli produk-produknya.

Citra perusahaan mencakup faktor-faktor seperti kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas. Ini tidak hanya memengaruhi persepsi konsumen tentang kebaikan atau keburukan perusahaan, tetapi juga dapat memengaruhi aspek-aspek internal perusahaan. Citra perusahaan yang positif berkontribusi pada umur produk yang lebih panjang, membentuk loyalitas pelanggan, dan menarik pelanggan baru.

Kualitas yang diberikan dalam layanan serta citra perusahaan tanpa keraguan mempunyai dampak yang baik serta imbas yang positif untuk orang merasa puas dengan produk yang dijual dalam proses pertukaran produk yang dipasarkan. Inilah sebabnya mengapa perusahaan-perusahaan harus fokus pada penciptaan kepuasan pelanggan, karena ketidakpuasan dapat mendorong pelanggan untuk beralih ke pesaing-pesaing perusahaan tersebut. Banyak konsumen menganggap pembelian mobil baru relatif mahal, sehingga mereka memilih untuk membeli mobil bekas dengan kualitas yang baik dan nyaman. Kendaraan pribadi, seperti mobil, memerlukan perawatan yang tepat untuk mencegah kerusakan prematur.

Kepuasan pelanggan adalah aspek penting bagi perusahaan untuk memastikan kualitas untuk langganan barang ialah yang paling memiliki kualitas tinggi, itu menghasilkan efek psikologis positif yang mungkin berdampak jangka panjang pada perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Pelanggan yang puas kemungkinan besar akan menjadi pelanggan setia dan kurang cenderung mencari layanan dari penyedia lain.

Perasaan kepuasan pelanggan muncul setelah membandingkan apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan kinerja produk. Ini adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan, dan perusahaan-perusahaan di lanskap saat ini seharusnya memprioritaskan pemantauan dan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam pembahasan ini, kita akan fokus pada sebuah perusahaan di bidang ini, yaitu CARRO.

CARRO adalah platform jual beli otomotif yang menawarkan pengalaman jual beli yang nyaman, aman, mudah dan transparan melalui terobosan penghitungan harga jual dengan menggunakan algoritma penghitungan penentuan harga. CARRO didirikan pada tahun 2015 dan menjadi platform jual beli otomotif terbesar di Asia Tenggara. Bisnisnya telah berkembang bermula dari Singapura, kini melebarkan pasarnya hingga Thailand dan Indonesia pada tahun 2017. Alasan mobil bekas bersertifikasi CARRO Cocok untuk anda, diantaranya (1). Transparan; Mobil bekas bersertifikasi dari CARRO memiliki kualitas terjujur dibandingkan kompetitor di Indonesia, (2). Terpercaya; Konsumen bisa melihat hasil inspeksi 200 titik pada mobil bekas bersertifikasi secara langsung, (3). Tersedia Sekarang; Pilihan stok mobil bekas bersertifikasi di CARRO bisa Anda temukan di CARRO Automall pada hari yang sama, (4). Harga Pas, Harga Mobil bekas bersertifikasi dari CARRO dihitung oleh algoritma terpercaya. Namun masalah yang masih dianggap kurang oleh beberapa konsumen CARRO yaitu mengenai tempat yang kurang memadai, proses administrasinya masih memakan waktu yang lumayan lama dan untuk tim investigasi ketika mau mengecek mobil yang mau dibeli sudah membuat jadwal pertemuan namun sering berubah tanpa ada alasan yang jelas.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut seperti yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Carro Indonesia.id Cabang Harapan Indah Bekasi”**.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Ada sejumlah elemen yang memiliki potensi untuk memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam proses pembelian, termasuk citra perusahaan, citra merek, aspek harga, kualitas produk, mutu layanan, lokasi penjualan, tampilan fisik tempat usaha, tingkat kepercayaan, kenyamanan, dan sebagainya. Namun, dalam penelitian ini, penulis memfokuskan kajian hanya pada dua variabel, yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan, dalam konteks pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Carro Indonesia.id.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Dengan mengacu pada latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, perumusan masalah penelitian ialah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Carro Indonesia.id?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada Carro Indonesia.id?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada Carro Indonesia.id?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan permasalahan yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan ialah:

1. Untuk mengevaluasi dampak kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Carro Indonesia.id.
2. Untuk mengevaluasi dampak citra perusahaan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Carro Indonesia.id.
3. Untuk mengevaluasi dampak bersamaan dari kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Carro Indonesia.id.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa keuntungan yang dapat dihasilkan dari studi ini, termasuk:

1. Manfaat bagi Perusahaan

Rekomendasi untuk perusahaan guna menetapkan kebijakan kualitas layanan guna menjamin konsumen supaya tetap merasa puas terhadap kualitas layanan, membuat citra perusahaan yang baik dan menopang kinerja karyawan.

2. Manfaat bagi Penelitian selanjutnya

Harapannya studi ini dapat menjadi referensi bagi peneliti di masa depan, dan diharapkan bahwa penelitian-penelitian selanjutnya dapat mengatasi dan memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian.

## 1.6 Sistematik Penulisan

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang telah ditentukan oleh universitas, maka penulisan kajian ini memiliki sistematika ialah:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menyatakan latar belakang dari kajian yang dianalisa dan memunculkan fenomena dalam lingkup kawasan penelitian hingga memunculkan rumusan masalah untuk ditemukan jawaban yang dibutuhkan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kedua ini, disajikan kajian literatur yang mendukung penulisan skripsi mengenai konsep kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan. Dalam bab ini, juga dicontohkan penelitian-penelitian terdahulu yang terdapat dalam jurnal nasional dan internasional, pembentukan kerangka konseptual, serta perumusan hipotesis mengenai

pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kinerja karyawan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan mengenai lokasi penelitian, objek penelitian, desain penelitian, definisi operasional variabel dan metodenya, populasi dan sampel, alat ukur yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat ini memuat informasi terkait profil Carro Indonesia.id, visi misi perusahaan, serta hasil penelitian yang mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir, yaitu bab kelima, berisi ringkasan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan dalam konteks topik yang sama.