

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada zaman sekarang ini mobil merupakan barang yang mahal yang sekarang telah menjadi sebuah gaya hidup, setiap orang tentunya menginginkan barang mahal yang dimilikinya ditangani oleh orang yang tepat dan ahli dalam bidang otomotif. Seorang pencinta otomotif menyukai bila kendaraan miliknya memiliki penampilan yang bersih dan kinclong, seringkali keadaan seperti itu secara tidak langsung mencerminkan kepribadian pemilik kendaraan tersebut. Untuk mewujudkan pengguna mobil supaya memperoleh apa yang diharapkan untuk perawatan mobilnya, tentunya Salon Mobil menjadi pilihan terbaik bagi setiap pemilik mobil.

Seperti yang sudah ditawarkan oleh Salon Mobil Tunas Abadi yang terletak di Gambiran, jasa yang ditawarkan oleh salon mobil tersebut adalah perawatan eksterior, interior, dan mesin mobil yang mencakup pencucian mobil *plus wax*, poles interior, poles eksterior, poles mesin, dan paket poles dari mesin eksterior, dan interior. Dari ke semua perawatan tersebut dapat membuat mobil terlihat terawat, mengkilap, dan awet. Dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan, perusahaan bisa melakukan dengan berbagai cara, misalnya seperti memberi pelayanan yang ramah, lokasi yang strategis, dan mudah dijangkau, serta *relationship marketing* dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Loyalitas Menurut Tjiptono (2011:481) “Perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah dan sebagainya)”.

Faktor lokasi juga mempengaruhi perusahaan untuk menarik minat pelanggan, dan untuk menumbuhkan keloyalitan pelanggan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai

salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih salon mobil yang lokasinya tidak jauh dari lingkungan tempat tinggalnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:63) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung, yang saling terlihat dalam proses untuk menjadi produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang.

Selain itu kualitas pelayanan juga merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam membuka suatu usaha, termasuk salon mobil. Misalkan dengan pelayanan karyawan yang ramah dalam melayani pelanggan dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk membeli jasa dan untuk mendatangi kembali ke salon mobil tersebut. Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Karena pelayanan yang memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang kali dan dapat meningkatkan penjualan. Selain pelayanan yang ramah, penampilan diri seorang karyawan di suatu tempat salon mobil juga berpengaruh, mulai dari kerapihan berbusana yang kurang pantas maupun seragam yang digunakan akan menimbulkan kesan yang buruk bagi pelanggan.

*Relationship marketing* dalam penelitian ini juga sangat penting, karena *relationship marketing* adalah proses untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan-hubungan yang kuat dengan para pelanggan dan stakeholder lainnya. Selain merancang strategi baru untuk menarik pelanggan baru dan menciptakan transaksi dengan mereka, perusahaan terus menerus sedang

berjuang mati-matian untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan membangun relasi jangka panjang yang mampu mendatangkan laba dengan mereka. (Kotler dan Amstrong, 2010: 789). Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

*Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Relationship Marketing* suatu produk memiliki hubungan yang erat dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan beberapa penjelasan yang sudah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa judul yang akan diambil penelitian ialah **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi)”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi, kualitas pelayanan, *relationship marketing* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Salon Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi ?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Salon Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Salon Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi?
4. Apakah *relationship marketing* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Salon Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi?
5. Variabel manakah antara lokasi, kualitas pelayanan, dan *relationship marketing* yang berpengaruh lebih dominan terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh simultan pada lokasi, kualitas pelayanan, *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi.
2. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh parsial pada lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi.
3. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi.
4. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh parsial *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi.
5. Untuk menganalisa dan menguji pengaruh yang lebih dominan antara variabel lokasi, kualitas pelayanan dan *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan di Salon Mobil Tunas Abadi Gambiran, Banyuwangi.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

a. Manfaat secara Teoritis

Lokasi, kualitas pelayanan, dan *relationship marketing* sangatlah penting kaitannya dengan pelanggan dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan. Maka dari itu, baik untuk perusahaan untuk melakukan pengamatan lebih dalam lagi terhadap produknya demi kelangsungan perusahaan kedepannya.

b. Manfaat secara Praktis

1) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan ke depannya untuk memperbaiki dan melakukan peningkatan dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan serta menumbuhkan loyalitas pelanggan.

2) Bagi Perguruan tinggi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca, tentang bidang manajemen pemasaran yang khususnya berhubungan dengan pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang bidang manajemen pemasaran yang khususnya berhubungan dengan pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *relationship marketing* terhadap kepuasan pelanggan. Dan dapat dijadikan sumber informasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya dan juga dapat menjadi sebagai bahan perbandingan yang berguna dalam menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.