

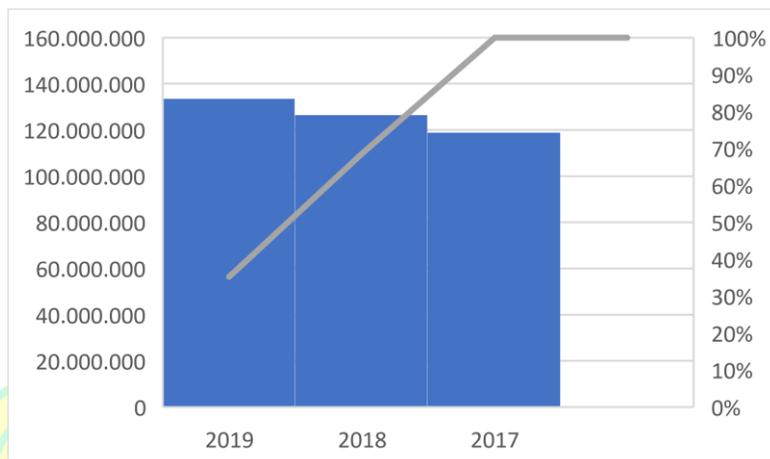
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern seperti saat ini, perkembangan transportasi sangat menunjang kebutuhan hidup masyarakat. Transportasi yaitu alat angkut yang dapat membantu pekerjaan atau aktifitas yang sedang dilakukan menjadi lebih mudah. Dahulu transportasi sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dan masih menggunakan tenaga manusia dan tenaga hewan yaitu sebelum tahun 1800. Rentang tahun 1800-1860 transportasi sudah mulai berkembang, seperti kapal uap dan kereta api dalam dunia perdagangan. Lalu pada sekitar tahun 1860-1920 telah ditemukannya kendaraan bermotor dan pesawat terbang. Puncak perkembangan transportasi dimulai pada tahun 1920 sampai dengan abad ke-20 pertumbuhan transportasi semakin modern dengan kemajuan teknologi yang dilansir oleh Kompas.com dalam (Welianto, 2020).

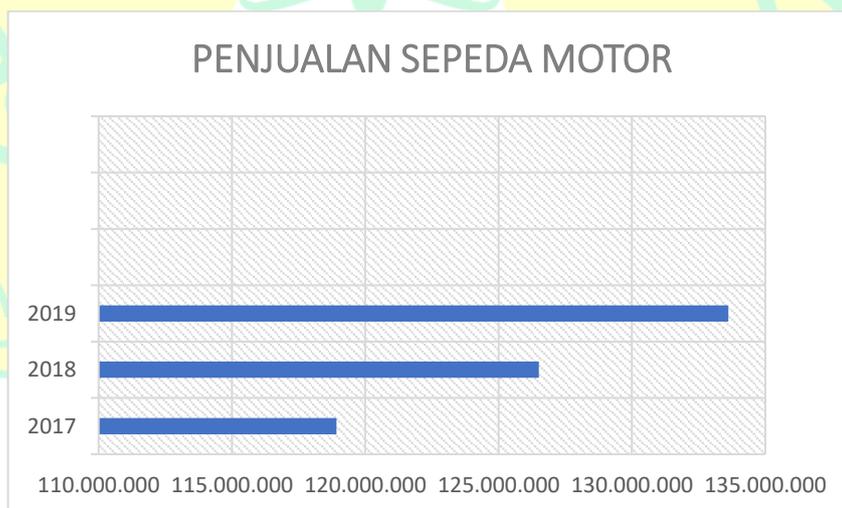
Dampak dari perkembangan tersebut membuat industri transportasi berlomba-lomba untuk memenuhi permintaan pasar. Permintaan pasar yang tinggi dapat diakibatkan karena adanya mobilitas masyarakat untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya yang didasari atas kepentingan masing-masing, dan umumnya mereka menggunakan kendaraan bermotor sebagai alat transportasinya. Kendaraan bermotor adalah salah satu moda transportasi yang umum digunakan oleh masyarakat seperti mobil penumpang, bus, truk, dan sepeda motor. Beberapa perusahaan besar di Indonesia yang memproduksi kendaraan bermotor, yaitu seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, TVS, Vespa, Fuso, Daihatsu, Mitsubishi, Hino, Wuling, Nissan, Isuzu, Toyota.



Gambar 1. 1 Data Penjualan Kendaraan Roda Empat atau Lebih

Sumber : Rahadiansyah (2020)

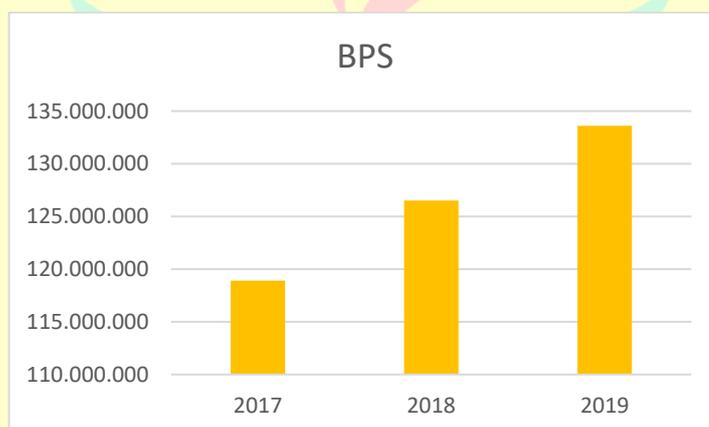
Seperti data penjualan yang ada di atas oleh DetikOto dalam Rahadiansyah (2020) yaitu 10 merek otomotif terlaris sepanjang bulan Januari-November 2019 yaitu Toyota terjual 304.344 unit, Daihatsu 166.429 unit, Honda 125.034 unit, Mitsubishi Motors 109.195 unit, Suzuki 90.267 unit, Mitsubitshi Fuso 39.243 unit, Hino 27.953 unit, Isuzi 22.702 unit, Wuling 17.731 unit, Nissan 11.713 unit.



Gambar 1. 2 Data Penjualan Sepeda Motor

Sumber : AISI (2019)

Data diatas menunjukkan tren penjualan sepeda motor berdasarkan merek atau *brand* di Indonesia sepanjang tahun 2019 berdasarkan data industri yang diolah AISI (2019) yaitu merek Honda terjual 4.910.688 unit, merek Yamaha terjual 1.434.217 unit, merek Suzuki terjual 71.816 unit, merek Kawasaki terjual 69.766 unit, merek TVS terjual 898 unit. Maka dari itu tak heran Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah kendaraan dikarenakan adanya daya beli serta kebutuhan masyarakat. Penggunaan kendaraan bermotor yaitu pada sepeda motor menjadi salah satu kendaraan yang diminati oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 3 Data Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia 2017

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Menurut data diatas berdasarkan Badan Pusat Statistik (2019), jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 118.922.708 unit, lalu pada tahun 2018 sebanyak 126.508.776 unit, dan pada tahun 2019 sebanyak 133.617.012 unit sepeda motor, artinya jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia mengalami kenaikan pada tiap tahunnya, dan paling tertinggi yaitu pada tahun 2019.

Sedangkan berdasarkan Portal Sektorl Provinsi DKI Jakarta (2020) mengalami kenaikan jumlah kendaraan sepeda motor di tahun 2019 paling

tertinggi yaitu berjumlah 8.194.590 unit pada DKI Jakarta. Dengan data tersebut dapat dikatakan kendaraan sepeda motor menjadi alat transportasi paling banyak diminati di DKI Jakarta.

Seiring dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor dan produksi kendaraan bermotor di Indonesia memberikan sinyal positif dan peluang baik bagi para pelaku industri untuk memproduksi kebutuhan lain untuk kendaraan salah satunya yaitu pelumas mesin/oli mesin. Kendaraan membutuhkan perawatan rutin pada mesin yaitu pelumas mesin untuk mengawetkan atau memperpanjang usia penggunaan mesin. Minyak pelumas mesin atau oli mesin berfungsi sebagai pendingin, peredam getaran, pengangkut kotoran, perapat (*seal*) pada sistem kompresi, agar berjalan dengan mulus serta bebas gangguan, dan pelumas mesin juga dapat berfungsi sebagai penghemat konsumsi bahan bakar minyak (BBM).

Oleh sebab itu sebagai sistem mekanis kendaraan bermotor diperlukan minyak pelumas mesin atau oli mesin untuk menghindari kehausan komponen mesin yang diakibatkan dari penggunaan kendaraan sehari-hari. Sehingga minyak pelumas mesin atau oli mesin perlu di ganti secara rutin agar terhindar dari kerusakan, maka dari itu minyak pelumas mesin atau oli mesin menjadi kebutuhan mendasar jika masyarakat sudah memiliki kendaraan sepeda motor. Atas dasar tersebut pelaku industri minyak pelumas mesin menjadikan salah satu peluang untuk memenuhi kebutuhan dasar tersebut.

Banyak sekali produk minyak pelumas mesin atau oli mesin yang umum dijumpai disekeliling kita seperti, Castrol, Yamalube, Federal Oil, Enduro, Mesran Super, Shell Helix, Fastron, Prima XP dan sebagainya. Sekian banyaknya produk minyak pelumas mesin atau oli mesin sangat berdampak

pada persaingan untuk mendapatkan hati konsumen, sehingga masing-masing produk saling berkompetisi untuk meraih keunggulan dalam penjualannya yaitu dengan membentuk Kepuasan Pelanggan, niat untuk membeli kembali dan akan membentuk Loyalitas Pelanggan pada produk oli mesin sehingga itu menjadikannya investasi jangka Panjang bagi perusahaan.

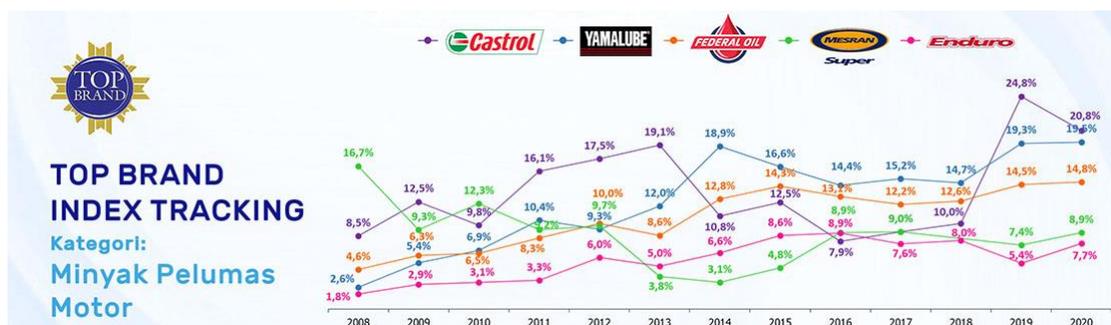
Berikut adalah tabel Top Brand Index 2021 kategori *online* dan *offline* pelumas pada mesin motor yang ada di Indonesia :

Tabel 1. 1 Peringkat Minyak Pelumas Mesin Sepeda Motor 2021

NO	BRAND	TBI 2021	TOP
1	Castrol	25,3%	TOP
2	Yamalube	17,9%	TOP
3	Federal Oil	12,9%	TOP
4	Enduro	6,8%	-
5	Mesran Super	6,0%	-

Sumber : Award (2021)

Berdasarkan data tabel *Top Brand Index* 2021 dengan kategori *online* dan *offline* diatas minyak pelumas mesin merek Castrol menduduki nomer 1 di Indonesia dengan persentase sebanyak 25,3%, lalu dilanjutkan oleh merek Yamalube dengan persentase 17,9%, Federal Oil menduduki nomer 3 dengan persentase 12,9%, setelahnya ada merek Enduro dengan persentase 6,8% dan yang terakhir nomer 5 yaitu merek Mesran Super dengan persentase 6,0%.



Gambar 1. 4 Top Brand Index Merek Minyak Pelumas Motor per Tahun

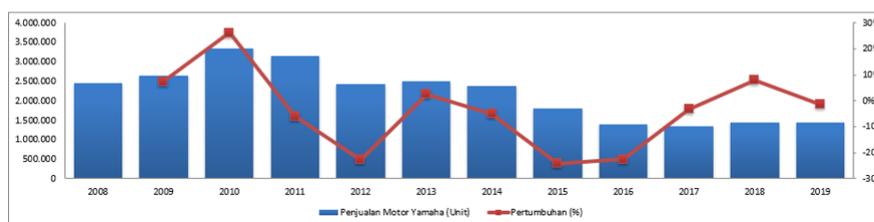
Sumber : Tracking (2020)

Berdasarkan data tersebut peneliti tertarik untuk meneliti pelumas mesin atau oli pelumas mesin pada sepeda motor, karena penggunaan oli pelumas mesin pada sepeda motor mendominasi dan didukung oleh data penggunaan sepeda motor, objek yang diteliti yaitu oli pelumas mesin sepeda motor produk Yamalube. Yamalube adalah produk oli pelumas mesin ternama yang ada di Indonesia dan mayoritas konsumen produk ini yaitu pengguna motor merek Yamaha karena awal diluncurkan memang dikhususkan untuk motor bermerek Yamaha namun tidak menutup kemungkinan motor merek lain pun dapat menggunakannya. Maka dari itu perlu diketahui data penjualan motor merek Yamaha, berikut adalah data penjualan motor Yamaha :

Tren Data Penjualan Motor Yamaha di Indonesia, 2008 – 2019

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Penjualan Motor Yamaha (Unit)												
Pertumbuhan (%)												

Sumber: DataIndustri Research, diolah dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) dan Sumber Lainnya



Gambar 1. 5 Tren Data Penjualan Motor Merek Yamaha di Indonesia

Sumber : AISI (2019)

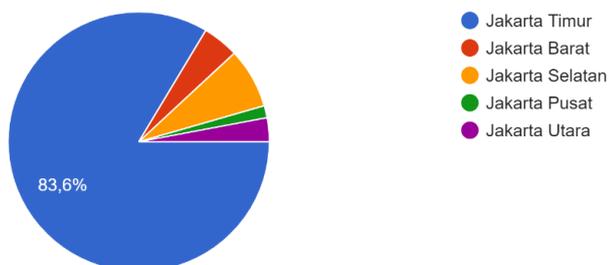
Berdasarkan data diatas penjualan motor Yamaha pada tahun 2019 sebanyak 1.434.217 unit. Karena produksi kendaraan bermotor merek Yamaha yang cukup banyak sehingga Yamaha menyediakan produk pelayanan *aftermarket* yaitu oli pelumas mesin Yamalube, untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu reputasi Yamalube terbilang bagus, produk ini masuk kedalam Top 5 besar dan menduduki peringkat ke-2 *brand* oli pelumas mesin di Indonesia.

Adanya kemungkinan dalam persaingan yang kompetitif, menyebabkan merek Yamalube tidak berada pada posisi *Top Brand* nomer 1 di Indonesia. Menurut Firman dalam Ilyas et al. (2020) bahwa persaingan ekonomi di tingkat global dan lingkungan bisnis semakin selektif, organisasi harus menempatkan konsumen sebagai acuan, maka dari itu dapat memberikan nilai unggul kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas. Banyak sekali faktor yang saling berkaitan, yaitu mulai dari faktor Kepuasan Pelanggan, lalu ada Niat Membeli Kembali dan Loyalitas Pelanggan (Park at al. 2019).

Kemudian selain merujuk pada data yang ada di atas, peneliti juga melakukan Survei awal yang menargetkan pada 50 Responden. Kuesioner dari Survei awal ini peneliti menyebar di DKI Jakarta, dengan rentan usia dari 17 tahun hingga lebih dari 38 tahun keatas, ada sebanyak 50 orang laki-laki dan 17 orang perempuan yang berpartisipasi. Sebanyak 38 responden yang berstatus mahasiswa, 20 responden yang sudah bekerja dan 9 responden yang belum bekerja. Kemudian, dalam kuesioner ini mencantumkan 3 variabel yang menjadi dasar penelitian Peneliti, yaitu Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali dan Loyalitas Pelanggan. Data yang diperoleh peneliti yaitu sebanyak

67 tanggapan, berikut adalah hasil dari survey awal yang diambil menurut domisili :

5. Domisili
67 tanggapan



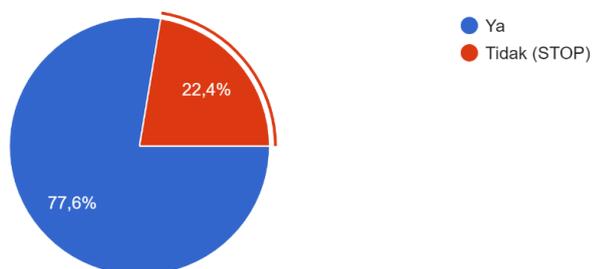
Gambar 1. 6 Hasil Survei Awal Berdasarkan Domisili Responden

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil Survei awal mengenai domisili yaitu paling mendominasi di wilayah Jakarta Timur yaitu sebanyak 83,6% atau ada 56 responden. Jakarta Barat sebanyak 4,5% atau ada 3 responden, lalu Jakarta Selatan sebanyak 7,5% atau ada 5 responden. Pada Jakarta Pusat yaitu ada sebanyak 1,5% atau ada 1 responden, dan terakhir pada Jakarta Utara sebanyak 3% atau ada 2 responden.

6. Apakah Anda pengguna motor Yamaha dan pernah membeli produk oli pelumas mesin Yamalube dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?

67 tanggapan

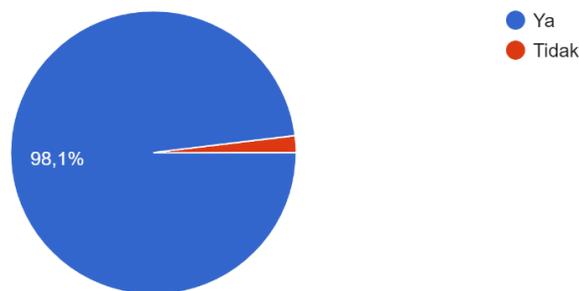


Gambar 1. 7 Hasil Survei Awal Berdasarkan yang Pernah Membeli Produk Oli Pelumas Mesin Yamalube

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil Survei awal yang pernah membeli produk oli pelumas mesin Yamalube dalam kurun waktu 6 bulan terakhir ada sebanyak 77,6% atau 52 responden yang menjawab ya, namun ada sebanyak 22,4% atau 15 responden yang menjawab tidak. Jadi dari 67 responden yang mengisi kuesioner di DKI Jakarta ada 15 orang yang tidak menggunakan produk oli pelumas Yamalube. Selanjutnya yaitu Survei awal mengenai variabel Kepuasan Pelanggan sebagai berikut

7. Apakah Anda merasa puas setelah menggunakan produk oli pelumas mesin Yamalube?
52 tanggapan



Gambar 1. 8 Hasil Survei Awal Berdasarkan Faktor Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil Survei awal mengenai variabel Kepuasan Pelanggan terdapat 98,1% atau 51 responden yang merasa puas dengan penggunaan oli pelumas mesin Yamalube dan terdapat 1,9% atau 1 responden yang menjawab tidak puas terhadap oli pelumas mesin Yamalube. Dengan kata lain masih ada responden yang belum merasakan puas terhadap produk oli pelumas mesin Yamalube. Adapun hasil Survei lainnya yang masih mengenai Kepuasan Pelanggan apa yang membuat mereka puas terhadap produk oli pelumas Yamalube yaitu :

8. Apa yang membuat Anda merasa puas terhadap produk oli pelumas mesin Yamalube?
52 tanggapan



Gambar 1. 9 Survei Awal Berdasarkan Konsumen Merasa Puas Terhadap Produk Oli Pelumas Mesin Yamalube

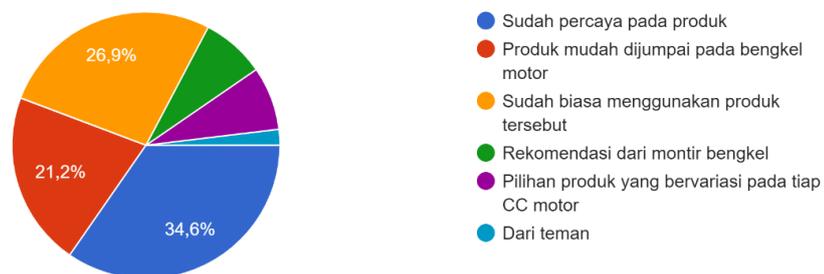
Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan survei awal yaitu mengenai apa yang menyebabkan konsumen merasa puas terhadap produk Yamalube, sebanyak 42,3% mereka menjawab karena dapat menjaga keadaan mesin tetap prima, lalu 21,2% menjawab memberikan usia mesin motor menjadi lebih awet, adapun sebanyak 13,5% menjawab karena penggunaan oli tidak cepat haus, sebanyak 13,5% juga menjawab kenyamanan saat menggunakan produk, lalu ada 7,7% mereka menjawab karena memberikan akselerasi baik pada motor, dan terakhir 1,9% menjawab karena tidak begitu paham. Maka dapat diartikan bahwa oli pelumas mesin Yamalube ini dapat memberikan Kepuasan Pelanggan dikarenakan produk oli Yamalube dapat menjaga mesin tetap prima, serta memberikan usia mesin motor menjadi lebih awet, dengan penggunaan oli ini tidak cepat mengalami kehausan sehingga merasakan kenyamanan saat digunakan, serta memberikan akselerasi baik pada motor, meskipun tidak menutup kemungkinan masih ada yang tidak begitu paham.

Adapun menurut Suki dalam Mbango et al. (2019) menjelaskan bahwa timbulnya Kepuasan Pelanggan dikarenakan adanya kebutuhan, harapan, serta

keinginan yang terpenuhi, selama produk tersebut menghasilkan kepuasan, maka akan muncul Niat Membeli Kembali. Maka dari itu peneliti melakukan survei awal terkait Niat Membeli Kembali, berikut adalah hasil survei awal yang sudah dilakukan oleh peneliti :

9. Apa yang membuat Anda berkeinginan untuk membeli kembali produk oli pelumas mesin Yamalube?
52 tanggapan

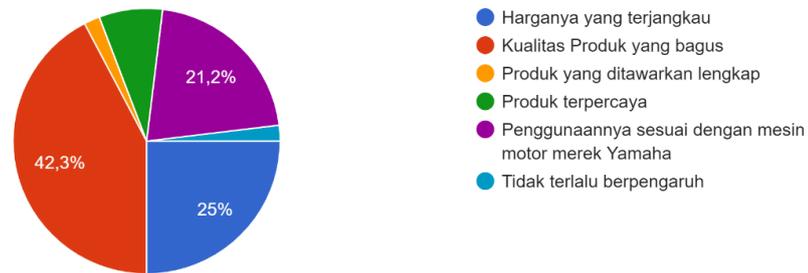


Gambar 1. 10 Hasil Survei Awal Berdasarkan Niat Membeli Kembali pada Produk Oli Pelumas Mesin Yamalube

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil survei awal mengenai Niat Membeli Kembali yang ada di atas, jawaban yang paling dominan adalah karena sudah percaya pada produk Yamalube. Maka dapat diartikan bahwa oli pelumas mesin Yamalube ini memiliki faktor Niat Membeli Kembali yang baik. Faktor Niat Membeli Kembali menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumen oli pelumas mesin Yamalube tetap setia terhadap produk tersebut. Niat Membeli Kembali sangat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan atau kesetiaan pelanggan kepada produk yang dibeli dan pelanggan enggan berpaling pada produk lain. Maka dari itu peneliti melakukan survei awal mengenai faktor Loyalitas Pelanggan, berikut adalah hasil survei awal yang sudah dilakukan peneliti :

10. Apa yang membuat Anda tetap setia menggunakan produk oli pelumas mesin Yamalube?
52 tanggapan



Gambar 1. 11 Hasil Survei Awal Berdasarkan Loyalitas Pelanggan Produk Oli Pelumas Mesin Yamalube

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil survei awal mengenai Loyalitas Pelanggan yang ada di atas, dapat diberi kesimpulan bahwa faktor Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh dan adanya hubungan dengan produk oli pelumas mesin Yamalube. Jawaban yang paling dominan adalah karena kualitas produk yang bagus. Maka dapat diartikan bahwa oli pelumas mesin Yamalube ini memiliki faktor Loyalitas Pelanggan yang baik. Faktor Loyalitas Pelanggan menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumen produk oli pelumas mesin Yamalube tetap merasa puas dan berniat untuk membeli kembali terhadap produk tersebut.

Pada Survei awal tersebut, peneliti mengindikasikan bahwa masih adanya kendala dari pengguna produk oli pelumas mesin Yamalube yaitu sebanyak 1,9% atau 1 responden dari 52 yang pernah membeli produk oli pelumas mesin Yamalube merasa tidak puas dan 1,9% atau 1 responden dari 52 yang pernah membeli produk oli pelumas mesin Yamalube tidak paham. Adapun 1,9% atau 1 responden dari 52 yang tetap setia menggunakan produk oli pelumas mesin Yamalube menjawab tidak terlalu berpengaruh. Maka dari

itu dalam hal ini Yamalube masih memiliki kekurangan pada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan agar kedepannya dapat diperbaiki. Berdasarkan data tersebut peneliti tertarik untuk meneliti objek tersebut dengan menggunakan variabel Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Pentingnya variabel ini terlihat dari survei yang telah dilakukan dan didukung oleh penelitian sebelumnya Schirmer dalam Zameer et al. (2019) membuktikan bahwa Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Lalu adapun pada Survei yang telah dilakukan dan didukung oleh penelitian sebelumnya Mbango et al. (2019) membuktikan bahwa Niat Membeli Kembali memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan terakhir pada Survei yang telah dilakukan dan didukung oleh penelitian sebelumnya Vuthisopon et al. (2017) membuktikan bahwa Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli Kembali dan oleh Liu et al. (2017) membuktikan bahwa Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena alasan dan faktor dari survei awal tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti secara ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Oli Pelumas Mesin Motor Yamalube di Jakarta Timur (Studi pada Pengguna Motor Merek Yamaha)”**

B. Pernyataan Penelitian

Berdasarkan pernyataan yang ada di latar belakang, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Niat Membeli Kembali berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan oli pelumas mesin motor Yamalube ?
2. Apakah Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Membeli Kembali oli pelumas mesin motor Yamalube ?
3. Apakah Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan oli pelumas mesin motor Yamalube ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka dapat diuraikan bahwa penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Niat Membeli Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dari pentingnya penggunaan produk oli pelumas mesin Yamalube dan berbagai macam produk oli yang dijual di pasaran. Peneliti dapat menambah pengetahuan dalam mengolah data serta mencari hubungan antar Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk oli pelumas mesin Yamalube.

2. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang memiliki rujukan yang serupa, serta dapat menjadi tambahan karya ilmiah yang dibutuhkan oleh jurnal Universitas Negeri Jakarta. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Universitas Negeri Jakarta serta mahasiswanya.

3. Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk menambah wawasan serta pengetahuan terkait hubungan Kepuasan Pelanggan, Niat Membeli Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk oli pelumas mesin Yamalube.

