

# BAB I PENDAHULUAN

## **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki tingkat kepadatan penduduk tinggi. Serta wilayah negara yang cukup luas sehingga masyarakat membutuhkan sarana transportasi untuk bepergian dari satu tempat ke tempat yang lain. Dengan demikian, kendaraan merupakan suatu hal yang sangat penting atau bahkan sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat. Transportasi juga sebagai sarana penunjang dalam mengembangkan perekonomian suatu negara.

Perkembangan transportasi di Indonesia ini terbilang sangat pesat, baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum dalam memenuhi kebutuhan untuk mobilitas. Namun tidak sedikit juga masyarakat menggunakan jasa sewa motor atau mobil. Alasan untuk menggunakan jasa sewa ini karena sebagian orang menginginkan segala sesuatu secara praktis dan mudah. Pengguna tidak perlu membayar pajak dan perawatan kendaraan, cukup melakukan reservasi dan memilih kendaraan yang ingin digunakan.

Banyaknya peminat pengguna jasa sewa kendaraan ini, mendorong para pelaku usaha khususnya pada bidang jasa untuk berinovasi dalam usaha yang bergerak dibidang transportasi, misalnya jasa rental mobil. Rental mobil merupakan penyedia pelayanan jasa sewa mobil kepada masyarakat untuk kepentingan tertentu.

Jasa adalah sebuah produk yang terdiri atas berbagai kegiatan, keuntungan-keuntungan (*benefits*) atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud

(*intangible*) serta tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu.<sup>2</sup> Jasa rental mobil menyewakan mobil dengan berbagai macam jenis dengan harga yang variatif tanpa mengurangi mutu dan layanan. Jasa rental mobil juga dapat menyediakan layanan kepada pelanggan yang membutuhkan sopir dan kendaraan dengan fasilitas yang telah disediakan.

Persaingan yang ketat dapat menyebabkan kekhawatiran dalam industri jasa, khususnya pada jasa rental mobil. Semakin banyaknya usaha jasa rental mobil maka semakin meningkat persaingan yang terjadi dalam usaha ini. Oleh karena itu, para pelaku usaha makin menyadari pentingnya aspek loyalitas pelanggan untuk menjamin kelangsungan usahanya. Sesuai dengan pendapat Bloemer dalam penelitian Zainudin Tahuman bahwa pentingnya pembentukan loyalitas sebagai dasar bagi penyedia jasa rental mobil untuk bertahan dan menghadapi persaingan.<sup>3</sup>

Layanan jasa rental mobil Arwani merupakan salah satu penyedia jasa rental mobil yang terletak di desa Cendono, kecamatan Kandat, kabupaten Kediri. Layanan jasa rental ini menawarkan berbagai merk mobil dengan spesifikasi yang berkualitas. Dimana keadaan mesin dalam kondisi terawat, eksterior yang bagus, dan interior yang nyaman. Hal ini dilakukan untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan ketika menggunakannya.

Adapun jenis dan tipe merek mobil yang di sediakan oleh rental mobil Arwani untuk di sewakan kepada konsumen ada sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Setyaningrum Ari, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 92

<sup>3</sup> Zainuddin Tahuman, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..., *Jurnal Riset Bisnis Manajemen*, Volume 4, No. 3, 2016, hal. 449

Tabel 1.1  
Daftar Armada di Rental Mobil Arwani

<b>Merk Mobil</b>	<b>Type Mobil</b>	<b>No. Plat Mobil</b>	<b>Tahun Mobil</b>
DAIHATSU XENIA	R 1.3	AG (Kediri)	2018
	R 1.3	AG (Blitar)	2016
	R SPORTY	AG (Kediri)	2018
	DELUXE	AG (Kediri)	2018
	X STANDAR	AG (Kediri)	2017
TOYOTA AVANZA	VELOZ	AG (Kediri)	2016
	G	AG (Kediri)	2017
	G	AG (Kediri)	2019
	G	AG (Blitar)	2018
	G	AG (Kediri)	2018
	E	AG (Kediri)	2017
	E	AG (Kediri)	2016
TOYOTA CALYA	G 1.2	AG (Kediri)	2017
	E 1.2	AG (Blitar)	2016
GRANMAX	G 1.2	AG (Kediri)	2018
	G 1.2	AG (Kediri)	2020
	G 1.2	AG (Kediri)	2017
DAIHATSU SIGRA	G 1.2	AG (Nganjuk)	2020
	E 1.0	AG (Kediri)	2017
	E 1.0	AG (Kediri)	2016
SUZUKI ALL NEW CARRY PICK UP	1.5	AG (Kediri)	2018

*Sumber: Rental Mobil Arwani 2021*

Dari data tabel di atas terdapat 21 unit mobil yang di operasionalkan untuk di rental terdiri dari enam merek mobil yaitu, Avanza, Calya, Grandmax, Siga, Suzuki Carry dan

Xenia. Adapun mobil bermerek Toyota Calya berjumlah 2 unit mobil, masing-masing bertipe G 1,2 dan E 1.2. Merek Avanza terdapat 7 unit mobil, 4 diantaranya adalah tipe G, 2 unit tipe E dan 1 unit tipe Veloz. Merek Xenia terdapat 5 unit 1 unit tipe R (Sporty), 1 unit tipe X (Standar), 1 unit tipe Deluxe dan 2 unit tipe R (Standar), Granmax berjumlah 4 dengan tipe G 1.2, Sigra berjumlah 3, dan Suzuku carry berjumlah 1.

Berdasarkan analisis penulis di lapangan di tempat penelitian terdapat beberapa alasan seseorang menggunakan jasa mobil rental, yang pertama yaitu untuk keperluan pribadi dan keperluan bisnis. Terdapat dua sistem penggunaan mobil rental, pertama penggunaan yang di bawa langsung oleh konsumen (lepas kunci) dan yang kedua menggunakan *driver* bawaan dari tempat rental. jika menggunakan *driver* akan ada penambahan biaya bagi konsumen dan harga sewa yang berbeda.

Pelanggan yang loyal menjadi aset yang bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi untuk mencari pelanggan baru, dimana pelanggan yang loyal ini dapat memberikan umpan balik yang positif kepada perusahaan. Sebab pelanggan setia akan puas dengan produk dan layanan tertentu, sehingga memiliki antusias untuk memperkenalkan kepada siapapun yang dikenal.<sup>4</sup>

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa rental mobil adalah perhatian, kepercayaan, perlindungan, dan kepuasan akumulatif.<sup>5</sup> Dari beberapa faktor tersebut peneliti berfokus pada faktor perlindungan dan kepuasan akumulatif. Selain itu menurut

---

<sup>4</sup> Joko Bagio Santoso, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan..., *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Volume 16, No.1, April 2019, hal. 132.

<sup>5</sup> Tengku Putri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas...*, hal.596

Fandy Tjiptono pengaruh harga juga termasuk dalam pembentukan loyalitas pelanggan.<sup>6</sup>

Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit mau pun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

Berikut adalah daftar harga sewa rental mobil pada Rental Mobil Arwani Cendono Kediri:

**Tabel 1.2**  
**Sistem Harga Sewa di Rental Mobil Arwani**

No	Type mobil	Lepas kunci	All In Sopir
1	XENIA	Rp. 250.000/hari	Rp. 400.000/hari
2	AVANZA	Rp. 250.000/hari	Rp. 400.000/hari
3	SIGRA	Rp. 250.000/hari	Rp. 400.000/hari
4	CALYA	Rp. 250.000/hari	Rp. 400.000/hari
5.	PICK UP	Rp. 250.000/hari	Rp. 400.000/hari

*Sumber: Rental Mobil Arwani 2021*

Maka dari itu yang ingin diteliti di sini yaitu harga sewa yang di bayarkan oleh penyewa jasa kepada penyedia jasa.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Malang : Banyu Media Publishing, 2005), hal. 54

Sesuai dengan hasil penelitian Merinda Tomida yaitu variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk *footware* Yongki Kamaladi.<sup>8</sup>

Faktor perlindungan yang dapat diberikan penyedia jasa rental mobil untuk pelanggan ini berupa kualitas produk dan pelayanan. Dengan demikian pelanggan tidak khawatir dalam melakukan transaksi dan berhubungan dengan penyedia jasa, karena pelanggan merasa penyedia jasa memberikan perlindungan yang dibutuhkan. Menurut Lilik Trianah dkk. kualitas produk dan kualitas pelayanan ini penting untuk mempertahankan loyalitas pelayanan.<sup>9</sup> Jadi kualitas produk dan kualitas pelayanan turut menjadi perhatian pelanggan dalam pemilihan jasa rental mobil.

Secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Produk merupakan semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pemakainya.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Rini Sugiarsih, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomor 1, September 2019, hal. 49

<sup>8</sup> Merinda Tomida, Pengaruh harga dan Citra Merk terhadap Loyalitas Pelanggan..., *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, No. 7, Juli 2016, hal. 13

<sup>9</sup> Lilik Trianah dkk., Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap..., *Jurnal STEI Ekonomi*, Volume 26, No. 01, Juni 2017, hal. 105

<sup>10</sup> Supriyadi, dkk., Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 3, Nomor 1, Januari 2016, hal. 136

Sebagai penyedia layanan rental mobil, tentu saja dituntut untuk memberikan produk yang berkualitas untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan. Sehingga dengan kualitas produk yang disediakan, diduga pelanggan dapat memberikan pengaruh positif terhadap penyedia jasa rental mobil. Dibuktikan dengan hasil penelitian dari Marshelly dan Widodo bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan aluminium di PT. Alakasa Extrusindo.<sup>11</sup>

Sementara itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu permasalahan yang cukup banyak mendapat sorotan bagi pelanggan. Kualitas pelayanan sering menjadi pokok pembicaraan dalam hal pemuasan kebutuhan yang diinginkan pelanggan yang dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang telah diterima dengan pelayanan yang diharapkan terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Jika jasa yang telah diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan akan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui dari harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan akan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang telah diterima lebih rendah dari pada apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan akan buruk dan kemungkinan pelanggan tidak ingin menggunakan kembali jasa tersebut. Oleh karena itu mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan tentu diperlukan penyedia jasa rental mobil ini agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Dugaan ini

---

<sup>11</sup> Marshelly Chandra Kumala dan Widodo, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap..., *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Volume 7, No. 2, Agustus 2019, hal. 64.

didukung dengan hasil penelitian dari Desan Henriawan yaitu kualitas pelayanan memberikan dampak terhadap peningkatan loyalitas pelanggan Muffin.<sup>12</sup>

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan ini adalah kepuasan akumulatif. Kepuasan akumulatif ini ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap barang atau jasa dan kepuasan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar dapat mencapai kepuasan pada pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana pelanggan memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat.<sup>13</sup> Bagi jasa rental mobil kepuasan pelanggan sangatlah penting, karena jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa rental mobil, maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang selalu menggunakan jasa rental mobil tersebut. Penyedia jasa rental mobil agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka yang harus diperhatikan adalah keselamatan pelanggan dan kenyamanan pelanggan. Keselamatan pelanggan pada industri rental mobil yaitu seperti kelayakan kendaraan, dan kelayakan pengemudi. Sedangkan kenyamanan pelanggan dalam penyedia rental mobil yaitu fasilitas yang tersedia dalam kendaraan, kebersihan dari kendaraan, dan layanan pengemudi.

Dengan demikian, jasa rental mobil akan berhasil dalam mempertahankan pelanggan lama dan juga memperoleh pelanggan dengan jumlah yang banyak apabila dapat

---

<sup>12</sup> Desan Henriawan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap...*, Volume 6, No. 2, November 2015, hal. 81.

<sup>13</sup> Ika Devi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol XX, No XX, TAHUN 2020, hal. 26

memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Hal ini sependapat dengan hasil penelitian dari Muhammad Bahrudin dan Siti Zahro yang menyimpulkan bahwa untuk membangun loyalitas pelanggan diperlukan kepuasan pelanggan yang tinggi dari pelanggan.<sup>14</sup>

Berkaitan studi empiris yang telah dilakukan maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Rental Mobil Arwani Desa Cendono, Kabupaten Kediri, dan diantara variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, manakah yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani desa Cendono, kabupaten Kediri.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah terkait dengan variabel penelitian yaitu pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani desa Cendono, kabupaten Kediri. Dapat disimpulkan bahwa penerapan indikator variabel dari harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan yang harus sesuai dan sejalan sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam jangka waktu tertentu.

---

<sup>14</sup> Muhammad Bahrudin dan Siti Zahro, *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan...*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Volume 3, No. 1, Juni 2015, hal. 15.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, makadirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?
5. Apakah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian untuk menjawab dari rumusan masalah yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani?
4. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani
5. Untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani

## **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dari hasil penelitian mampu memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis, maupun secara praktis. Adapun kegunaan yang dapat diperoleh antara lain sebagai berikut:

### **1. Secara Teoritis**

Dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan tentang harga, kualitas produksi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dan bagaimana pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Juga dapat dijadikan sebagai referensi pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung dalam studi bisnis manajemen, khususnya peneliti yang mengambil topik serupa.

### **2. Secara Praktis**

#### **a. Bagi Instansi**

Dapat dijadikan sebagai objek penelitian, evaluasi, sumber referensi serta sebagai bahan pembantu dalam rangka analisa harga, kualitas produksi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

#### **b. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari dalam perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai harga, kualitas produksi, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis mobil rental mobil Arwani.

#### **c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi acuan dan bahan referensi bagi peneliti dimasa yang akan datang dalam membahas permasalahan atau topik yang serupa.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

#### **a. Ruang Lingkup Materi**

Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu mengarah pada pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis rental mobil Arwani, Desa Cendono, Kabupaten Kediri.

#### **b. Ruang Lingkup Subjek**

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas tentang karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menyewa mobil atau menggunakan jasa rental mobil Pada tahun 2021.

### **2. Keterbatasan Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian hanya menggunakan kuisioner yang disebar kepada pelanggan yang pernah menyewa mobil atau menggunakan jasa rental mobil Arwani. Dan juga penelitian ini hanya terbatas pada variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), kepuasan pelanggan ( $X_4$ ) dan loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual Variabel**

Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel, yaitu variabel X dan variabel Y. Dengan variabel X harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dan variabel Y loyalitas pelanggan.

a. Harga( $X_1$ )

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.<sup>15</sup>

b. Kualitas Produk( $X_2$ )

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Produk merupakan semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pemakainya.<sup>16</sup>

c. Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>17</sup> Kualitas

---

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Gerry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed.)*, Jakarta: Erlangga, 2008, hal. 345

<sup>16</sup> Supriyadi, dkk., Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Volume 3, Nomor 1, Januari 2016, hal. 136

<sup>17</sup> Nyimas Nadra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap*

*Loyalitas Pelanggan Pada CV. Sinar Surya Pelambang*, Skripsi, (Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017), hal. 13

pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

d. Kepuasan Pelanggan( $X_4$ )

Mengetahui secara umum bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan.<sup>18</sup> Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan, di mana pengukuran atau respon pelanggan dilakukan secara langsung atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa sehingga kepuasan pelanggan hanya bisa dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan.

e. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, Menurut Oliver loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Ika Devi, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol XX, No XX, TAHUN 2020, hal. 26

<sup>19</sup> Indra Lutfi Sofyan, dkk., Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang, *Diponegoro Journal Of Social And Politic* Tahun 2013, hal. 4

## 2. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha rental mobil Arwani Cendono Kediri serta menjelaskan variabel dalam penelitian dengan perbedaannya.

Harga dalam penelitian ini merupakan kegiatan menilai suatu ukuran produk yang dinyatakan dalam rupiah. Adapun Indikator harga meliputi, *flexibility*, *price level*, *discount*, *allowances*.

Kualitas produk dalam penelitian ini berarti persepsi pelanggan mengenai produk yang dijual. Adapun Indikator kualitas produk meliputi, bentuk, fitur, kualitas kinerja, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain.

Kualitas pelayanan pada penelitian ini berarti ukuran kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari beberapa macam kualitas. Adapun Indikator kualitas pelayanan meliputi, bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini berarti perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan dengan cara membandingkan suatu produk atau jasa. Adapun Indikator kepuasan pelanggan antara lain, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini berarti sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Adapun

Indikator loyalitas pelanggan meliputi, *repeat*, *retention*, dan *referalls*.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sistematika penyusunan laporan penelitian kuantitatif. Sebagai kerangka acuan untuk memberikan kemudahan saat penyusunan laporan, maka penulis membaginya kedalam 3 bagian. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing- masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal, pada bagian awal usulan penelitian ini meliputi: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, kata pengantar dan daftar isi.
2. Bagian Utama, yang terdiri dari:
  - a. Bab I Pendahuluan, bab pendahuluan berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arah penelitian. Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional variabel, dan sistematika skripsi.
  - b. Bab II Landasan Teori, dalam bab ini penulis akan mengemukakan teori-teori yang ada hubungannya dengan penelitian, sehingga dapat mengemukakan hipotesis serta variabel-variabel dalam penelitian. Selain itu dalam bab ini juga berisi tentang kajian peneliti terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.
  - c. Bab III Metode Penelitian, bab ini pada dasarnya menjelaskan langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, teknik sampling dan sampel,

sumber data, variabel data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

3. Bagian Akhir, merupakan bagian terakhir dalam penyusunan skripsi, menguraikan tentang daftar pustaka atau referensi dalam penyusunan skripsi.