

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OLI
PELUMAS CASTROL**

(Studi Kasus : Pelanggan Bengkel King Motor Sport di Bekasi Timur)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademika Dan Melengkapi Sebagian Dari
Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

oleh

GURUH HARI OKTAFIANTO

2010410006



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2015

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Guruh Hari Oktafianto

NIM : 2010410006

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol (Studi Kasus : Pelanggan King Motor Sport di Bekasi Timur)** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM dan Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Jakarta, 05 Juni 2015.



(2010410006)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Guruh Hari Oktafianto

NIM : 2010410006

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol (Studi Kasus : Pelanggan King Motor Sport di Bekasi Timur).**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, 05 Juni 2015

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing I


(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)


(Dr. Firsan Nova, SE, MM)

Pembimbing II


(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Guruh Hari Oktafianto

NIM : 2010410006

Fakultas : Ekonomi

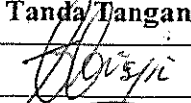
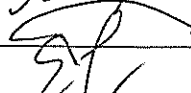

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol (Studi Kasus : Pelanggan King Motor Sport di Bekasi Timur).

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang akhir ujian skripsi sarjana pada tanggal 03 Juli 2015 Dengan Hasil A

Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda Tangan
1	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Ketua	
2	Dr. Firsan Nova, SE, MM	Anggota	
3	Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM	Anggota	

31/8/15

Dekan Fakultas Ekonomi



(Sukardi, SE, MM)

ABSTRAK

Guruh Hari Oktafianto, NIM 2010410006, Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol (Studi Kasus : Pelanggan King Motor Sport di Bekasi Timur).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan

Jumlah Halaman: xvii + 134 + 26 tabel + 5 gambar + 14 lampiran

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri oli pelumas dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Adapun yang menjadi masalah penelitian ini adalah “bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas Castrol (studi kasus: pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur)?”. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol khususnya pada pelanggan King Motor Sport di Bekasi Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1) dan kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) produk oli pelumas Castrol.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden pengguna produk oli pelumas Castrol dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2) dan uji asumsi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier sederhana (parsial) dan analisis regresi linier berganda (simultan) yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol memiliki nilai pengaruh sebesar 43,8% dan sisanya di pengaruhi variabel yang tidak diteliti yaitu sebesar 56,2%. Sedangkan nilai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial memiliki nilai sebesar 32,1% dan nilai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial memiliki nilai sebesar 33,7%. Setelah diketahui maka pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama (simultan) memiliki nilai pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan produk oli pelumas Castrol dibandingkan secara parsial. Dengan kata lain, pelanggan produk oli pelumas Castrol mengharapkan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan produk oli pelumas Castrol.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang diberikan kepada penulis, baik berupa kesehatan fisik dan mental sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memungkinkan skripsi ini terwujud. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada serta Dosen Pembimbing pertama skripsi ini terimakasih segala saran dan kritik yang membantu proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak memberikan waktu, pengarahan dan bimbingan serta saran-saran yang berguna kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Sukardi, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
4. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

5. Ibu Dini Rahayu, SE selaku Dosen PA Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta Timur.
7. Orang Tuaku Tercinta yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi yang baik.
8. Kakak laki-lakiku tercinta Guntur dan adikku tersayang yang cantik jelita Fitri yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
9. Buat Brasty Nurmala yang sudah memberikan motivasi dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini dengan baik.
10. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua sahabat selama kuliah di Universitas Darma Persada : Kone, Panji, Jefry, Hendra, Nicko, Irwanto, Anas, Hanny, Tyas, Eko, Ryan, Iing, Miki, Meylisa, Diandra, Dafi, Indah, Hanjar, Rifqi, Vino, Nasrullah, Rudi, April, Sultan, Indra, Ibu Yuni dan lain-lain yang tidak disebutkan satu persatu.
11. Terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Saya berharap dengan penelitian ini dapat menambah wawasan, kompetensi serta pengetahuan bagi seluruh mahasiswa khususnya peneliti yang nantinya berguna saat terjun di dunia kerja. Terakhir semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Jakarta, 05 Juni 2015

Penulis



Guruh Hari Oktafianto
(2010410006)



DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Pemasaran	12
1. Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran	12
B. Produk	14
1. Pengertian Produk	14
2. Tingkatan Produk	15

3. Klasifikasi Produk	16
C. Kualitas Produk	17
1. Pengertian Kualitas	17
2. Pengertian Kualitas Produk	19
3. Dimensi Kualitas Produk	20
4. Manfaat Kualitas Produk	21
D. Kepuasan Pelanggan	22
1. Pengertian Kepuasan	22
2. Pengertian Pelanggan	23
3. Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
4. Teori Kepuasan Pelanggan	25
5. Konsep Kepuasan Pelanggan	25
6. Strategi Pendorong Kepuasan Pelanggan	29
7. Mengukur Kepuasan Pelanggan	30
E. Loyalitas Pelanggan	31
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	31
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	32
3. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan	33
4. Konsep Loyalitas Pelanggan	34
5. Tingkatan Loyalitas Pelanggan	35
6. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	36
7. Mengukur Loyalitas Pelanggan	37
8. Manfaat Loyalitas Pelanggan	37

F. Kerangka Pikir Penelitian	38
G. Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian	43
B. Jenis dan Sumber Data	43
1. Data Primer	43
2. Data Sekunder	43
C. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel	45
D. Metode Pengumpulan Data	47
1. Studi Pustaka	47
2. Kuesioner (Angket)	47
E. Uji Keabsahan Data	48
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
F. Alat Analisis Data	52
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	52
2. Analisis Regresi Linier Berganda	54
G. Uji t (Parsial)	54
H. Uji F (Simultan)	56
I. Uji Asumsi	57
1. Uji Normalitas	57

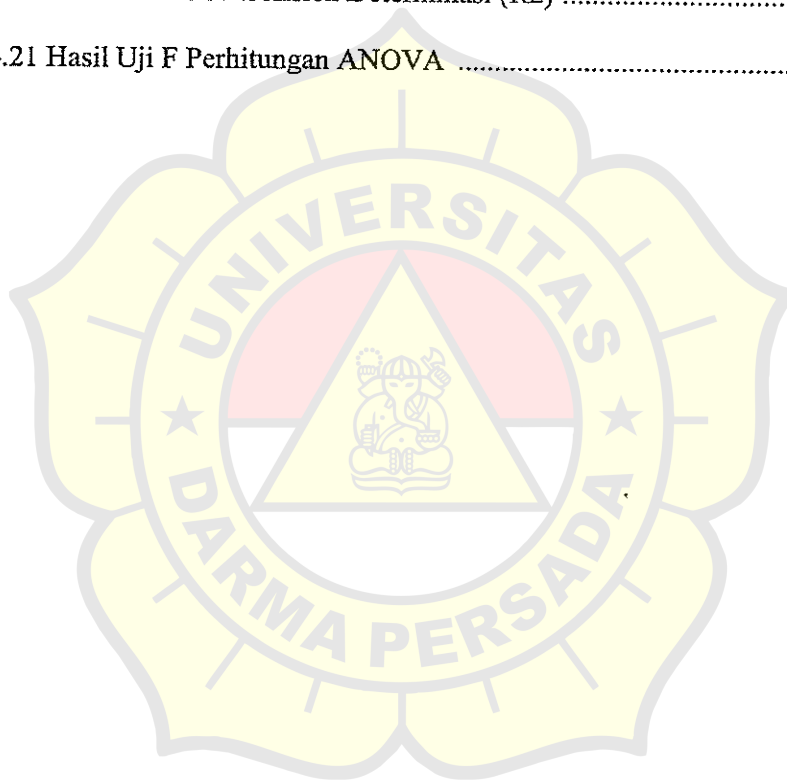
2. Uji Multikolinearitas	57
3. Uji Heteroskedastisitas	58
4. Uji Koefisien Determinasi (R2)	59
J. Definisi Variabel Operasional	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Perusahaan	63
1. Sejarah Singkat PT. Castrol	63
2. PT. Castrol Indonesia	65
3. Produk Oli Pelumas Castrol	67
B. Analisis Profil Responden	69
1. Jenis Kelamin	69
2. Usia	70
3. Domisili	70
4. Pendidikan	72
5. Pekerjaan	73
6. Pengeluaran Perbulan	74
C. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan	75
1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	75
2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	76
3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	77

D. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan	77
1. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	77
2. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	79
3. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	80
E. Uji Normalitas	80
F. Uji Multikolinearitas	81
G. Uji Heteroskedastisitas	82
H. Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda	83
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
3. Uji t (Parsial)	87
4. Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	89
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	91
6. Uji F (Simultan) Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Penjualan Motor	4
Tabel 1.2 Top Brand	7
Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Instrumen	51
Tabel 3.3 Definisi Variabel Operasional.....	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Usia	70
Tabel 4.3 Domisili	71
Tabel 4.4 Pendidikan	72
Tabel 4.5 Pekerjaan	73
Tabel 4.6 Pengeluaran Perbulan	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.14 Hasil <i>Coefficients</i> Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan ...	84
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	85

Tabel 4.16 Hasil <i>Coefficients</i> Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Parsial)	88
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 4.20 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	91
Tabel 4.21 Hasil Uji F Perhitungan ANOVA	92



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Tingkatan (level) Produk	15
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	27
Gambar 2.3 Hipotesis Statistik	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	81
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran I Kuesioner	98
Lampiran II Data Responden	102
Lampiran III Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	105
Lampiran IV Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	108
Lampiran V Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	111
Lampiran VI Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	114
Lampiran VII Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	117
Lampiran VIII Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	120
Lampiran IX Output Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan	123
Lampiran X Output Regresi Linier Sederhana Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	126
Lampiran XI Output Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	129
Lampiran XII Nilai - Nilai r Product Moment (r tabel)	132
Lampiran XIII Surat Izin Penelitian.....	133
Lampiran XIV Daftar Riwayat Hidup	134

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dewasa ini semakin hari semakin berkembang dengan sangat pesatnya. Hal ini pada akhirnya berdampak pada munculnya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan, baik yang bergerak dalam industri manufaktur maupun perusahaan jasa. Semua perusahaan berlomba untuk menciptakan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan mereka agar dapat bertahan dalam era persaingan global ini.

Seiringan dengan hal tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat terciptanya loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Jika perusahaan ingin tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan yang dapat bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk yang berkualitas. Pada dasarnya faktor kualitas

merupakan aspek penting agar konsumen merasa puas dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumennya merasa puas dalam pemakaian suatu barang. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik bentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat. Konsumen akan mengharapkan produk yang dibelinya merupakan produk yang mempunyai kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan suatu produk untuk menampilkan kemampuannya atau melaksanakan fungsi-fungsi yang dimilikinya. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya mampu memberikan kinerja atau dapat melebihi apa yang diharapkannya. Bila konsumen merasa puas terhadap produk yang dikonsumsi, maka akan cenderung timbul suatu keinginan untuk melakukan pembelian secara teratur atau terus-menerus. Keinginan untuk melakukan pembelian ulang merupakan sikap yang paling menentukan konsumen loyal terhadap produk tersebut.

Dalam memilih suatu produk, yang dipertimbangkan oleh konsumen selain kualitasnya, yaitu kepuasan pelanggan. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul

karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka, Kotler and Keller (2009:139).

Menurut Schnaars (1991) dalam Tjiptono (2008:24), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Oleh sebab itu perhatian besar terhadap kepuasan pelanggan sebagai alat bersaing sangatlah penting karena pelanggan yang terpuaskan akan cenderung setia terhadap perusahaan tersebut. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Banyak perusahaan sukses sekarang ini karena berhasil memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan akan menggunakannya kembali pada produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.

Menurut Oliver (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang,

meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Manusia saat ini dituntut oleh tingkat mobilitas yang tinggi secara rutinitas. Salah satu sarana yang mendukung lancarnya kegiatan manusia itu sendiri adalah alat transportasi. Alat transportasi sangat dibutuhkan dalam menunjang aktivitas seseorang, bahkan dapat dikatakan aktivitas seseorang dapat tertunda jika alat transportasinya tidak mendukung. Salah satu alat transportasi yang berkembang saat ini adalah sepeda motor. Maka dapat dilihat meningkatnya penjualan sepeda motor dari tahun ketahun dari tabel dibawah.

Tabel 1.1
Data Penjualan Motor

Tahun	Total Penjualan Motor
2012	7.141.586 Unit
2013	7.771.014 Unit
2014	7.908.941 Unit

Sumber: www.aisi.or.id

Dapat dilihat dari tabel 1.1 menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memberikan keterangan pertumbuhan produksi sepeda motor yang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tahun 2014 jumlah produksi sepeda motor meningkat yang berjumlah 7.908.941 unit.

Tingginya permintaan terhadap sepeda motor hal tersebut berdampak akan kebutuhan pada oli pelumas sepeda motor sebagai kebutuhan mesin agar tetap terjaga dengan baik. Kita harus sering merawat kendaraan kita agar tidak mengalami kerusakan. Salah satunya adalah rutin mengganti minyak pelumas mesin (oli) kendaraan.

Oli adalah penopang utama dari kerja sebuah mesin. Bukan itu saja, bahkan oli juga menentukan performa dan daya tahan mesin. Semakin baik kualitas oli yang digunakan, semakin baik pula performa dan daya tahan mesin. Fungsi oli bukan hanya sebagai pelumas saja, melainkan juga sebagai pendingin dan pembersih mesin.

PT Castrol Indonesia adalah perusahaan multinasional terkemuka di Indonesia dengan fokus pada industri pelumas. Castrol menyediakan berbagai macam produk pelumas performa tinggi, baik untuk sektor industri dan otomotif. Castrol memproduksi berbagai macam oli pelumas sepeda motor dan skuter seperti Castrol Power 1, Castrol Activ, dan Castrol GO. Castrol merupakan pelumas motor yang mampu memberikan perlindungan optimal pada mesin motor dalam segala kondisi cuaca, mampu menjaga kebersihan mesin, mencegah deposit pada piston dan anti slip pada kopling serta telah menggunakan teknologi perlindungan pada tiga komponen utama mesin (*Trizone Technology*).

Castrol Indonesia juga didukung oleh lebih dari 2.000 Castrol Bike Point di seluruh Indonesia (www.okezone.com). Castrol menjalin hubungan layanan castrol bike point pada bengkel motor yang menjadi sarana dan prasarana bagi pengguna oli castrol yang membutuhkan bantuan pelayanan resmi. Pelayanan yang diberikan itu berupa pembelian, jasa pergantian oli dan informasi tentang produk oli castrol, pembelian berbagai jenis pelumas castrol, ataupun untuk sekedar mengetahui informasi mengenai produk dan harga oli castrol. Hal tersebut dilakukan agar pengguna tidak hanya mendapatkan kepuasan dari segi produk, melainkan juga dari segi pelayanan.

Berdasarkan data dari Kemenperin, saat ini ada lebih dari 200 produsen pelumas di Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah terutama di Pulau Jawa dengan kapasitas produksi terpasang mencapai 700 ribu kiloliter per tahun dan omset yang diperkirakan mencapai lebih dari Rp 7 triliun (www.sindonews.com).

Banyaknya produsen pelumas dengan berbagai merek, dari ratusan merek itu yang terdistribusi secara nasional dan memiliki volume penjualan cukup besar, yakni Mesran, Enduro, Evalube, Top-1, Federal, Castrol, Shell, Total, Yamalube, Repsol. Dapat dilihat dari tabel top brand dibawah ini.

Tabel 1.2
Top Brand Award Kategori Minyak Pelumas Motor

2012		2013		2014	
MERKEK	TBI	MERKEK	TBI	MERKEK	TBI
Top 1	33,8%	Top 1	29,1%	Top 1	22,9%
Castrol	17,5%	Castrol	19,1%	Yamalube	18,9%
Federal	10,0%	Yamalube	12,0%	Federal	12,8%
Mesran Super	9,7%	Federal	8,6%	Castrol	10,8%
Yamalube	9,3%	Enduro Lup	5,0%	Pertamina Enduro	6,6%
Enduro Lup	6,0%	Mesran Super	3,8%	Shell Helix	4,0%
Shell Helix	3,1%	Evalube	3,3%	Mesran Super	3,1%
Evalube	2,4%			Repsol	2,8%

Sumber: *TopBrand-Award.com*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui di tahun 2012 dan 2013 oli pelumas motor castrol selalu menempati urutan kedua sebagai *top brand*. Pada tahun 2012 angka TBI oli castrol sebesar 17,5 % dan pada tahun 2013 oli castrol mulai naik sebesar 1,6 % dengan angka TBI 19,1 % dan pada tahun 2014 oli castrol mengalami penurunan dengan angka TBI 10,8 % yang menurun sebesar 8,3 % dari tahun sebelumnya di bandingkan dengan kompetitorinya.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk mempertahankan konsumen yang loyal. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Persaingan yang ketat secara

tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar, perusahaan harus bekerja keras dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya.

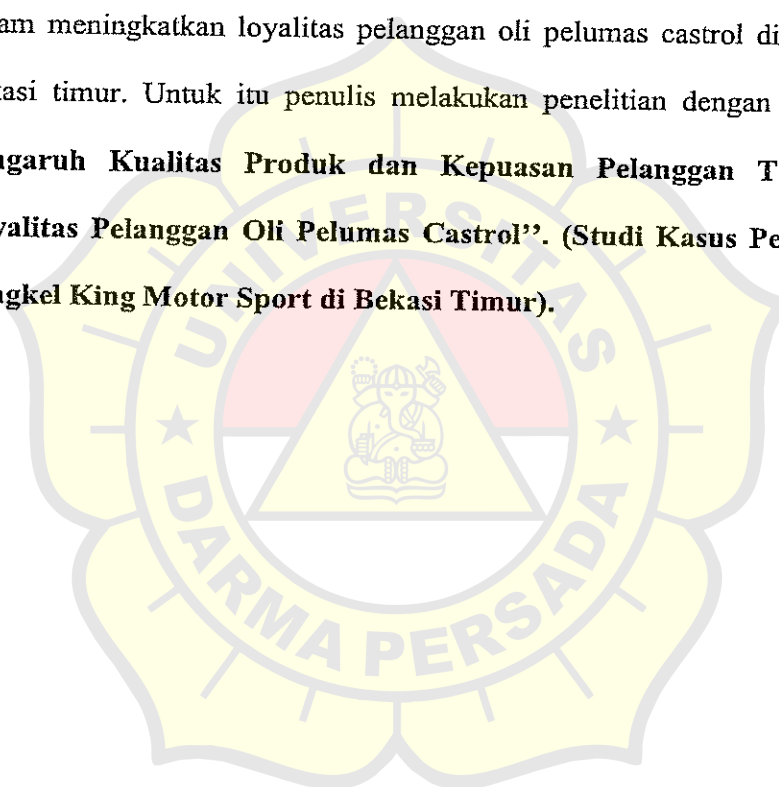
Oleh karena itu perusahaan dituntut mampu menawarkan barang atau jasa dengan mutu yang diberikan pada konsumen dari waktu ke waktu, yang membuat pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan dalam melayani kebutuhan dan keinginan konsumennya, karena konsumen sekarang semakin pandai dan cermat, yang menyebabkan kebutuhan dan keinginannya berubah sangat cepat.

Banyaknya merek produk untuk kategori minyak pelumas motor tersebut menyebabkan pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang pada akhirnya bisa memungkinkan pelanggan untuk beralih ke merek lain, terlebih lagi jika merek tersebut membuat suatu perubahan yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul. Di setiap perusahaan harus menyadari perlunya secara terus-menerus melakukan perbaikan kualitas, perubahan, dan perkembangan bisnis inti (*core business*) dengan memanfaatkan manajemen kualitas sebagai daya dukung keunggulan bersaing.

Maka loyalitas pelanggan mutlak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap *survive* dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Untuk membangun loyalitas pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan untuk tetap memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk atau jasa yang di milikinya.

Melihat adanya berbagai merek pelumas motor di Bekasi Timur, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan dalam membeli produk oli pelumas motor merek Castrol di Bekasi Timur bila diukur dari kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan oli pelumas castrol.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan oli pelumas castrol di wilayah bekasi timur. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :“ **Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Pelumas Castrol**”. (Studi Kasus Pelanggan Bengkel King Motor Sport di Bekasi Timur).



B. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?
2. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?
3. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oli pelumas castrol (Studi kasus pelanggan bengkel king motor sport di Bekasi Timur).

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi PT. Castrol Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan oli pelumas Castrol.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam penentuan strategi yang tepat bagi PT. Castrol Indonesia dalam upaya memberikan kepuasan pelanggan yang lebih baik.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan yang tepat bagi PT. Castrol Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk dan kepuasan bagi pelanggan untuk memperbesar pangsa pasar dan penjualan oli pelumas Castrol dimasa depan.