

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, kehidupan manusia tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi yang secara tidak langsung diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk perkembangan teknologi industri otomotif. Saat ini mobilitas rutinitas masyarakat semakin meningkat terutama di pusat perkotaan yang berarti kebutuhan akan kendaraan baik umum maupun pribadi menjadi sangat penting atau mungkin sudah menjadi kebutuhan yang penting.

Mobil merupakan alat transportasi yang umum dalam kehidupan sehari-hari. Mobil digunakan sebagai alat transportasi, namun tidak semua orang mampu membeli mobil yang cukup mahal. Oleh karena itu, muncullah perusahaan yang menawarkan jasa persewaan mobil yang sering disebut rental mobil. Rental adalah salah satu dari industri jasa yang dalam usahanya terdapat unsur yang menyangkut suatu perjanjian atau kontrak dimana penyewa harus membayar atau membayar ganti rugi ataupun keuntungan atas barang atau barang yang dimiliki oleh pemilik barang.

Sewa mobil saat ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Kini setiap orang dapat membawa mobil kemana saja dan kapan saja untuk menjalankan aktivitasnya masing-masing, baik untuk kegiatan bisnis maupun untuk kebutuhan pribadinya, sehingga usaha rental mobil terus berkembang dengan memenuhi atau menyewakan kendaraan.

Daya Cipta Sejati (DCS) ialah usaha persewaan mobil di Cinere Depok. Bisnis ini pastinya mempunyai strategi pemasaran tertentu yang dinilai mempunyai potensial untuk pertumbuhan usahanya. Daya Cipta Sejati (DCS) didirikan pada tahun 2017 serta dikala ini mempunyai lebih banyak armada sebanyak 27 unit dengan cakupan pelayanan untuk Pulau Jawa. Hampir setiap hari terdapat kegiatan pemesanan mobil pada Daya Cipta Sejati (DCS), perihal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti usaha rental mobil ini.

Daya Cipta Sejati (DCS) memiliki pesaing sejenis diantaranya adalah RAV Rent Car, Badranaya Rent Car, dan AVVA Rent Car. Hal ini menuntut Daya Cipta Sejati akan strategi marketing yang tepat dalam keunggulan kompetitif. Berikut akan ditampilkan tabel penyewaan mobil Daya Cipta Sejati (DCS) bulan Januari sampai Juni 2021 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**

**Tabel Penyewaan Rental Mobil Daya Cipta Sejati (DCS) Tahun 2021**

BULAN	PENYEWAAN
JANUARI	682 Unit
FEBRUARI	609 Unit
MARET	620 Unit
APRIL	651 Unit
MEI	558 Unit
JUNI	510 Unit

Sumber : Rental Mobil Daya Cipta Sejati (DCS) 2021.

Berdasarkan tabel 1.1 data penyewaan rental mobil Daya Cipta Sejati per unit tersebut menunjukkan adanya fluktuasi. Dimulai dari bulan Januari tercatat 682 unit kendaraan, lalu bulan Februari mengalami penurunan 609 unit dan pada bulan Maret mengalami kenaikan menjadi 620 unit. Pada bulan April mengalami kenaikan 651 unit, lalu pada bulan Mei terjadi penurunan 558 unit dan pada bulan Juni mengalami penurunan kembali menjadi 510 unit. Berdasarkan data diatas terlihat bahwa fluktuasi penyewaan mobil per unit pada Daya Cipta Sejati menunjukkan adanya fluktuasi yang cenderung menurun. Hal tersebut dapat menggambarkan adanya permasalahan pada minat sewa ulang. Permasalahan pada minat sewa ulang tersebut dapat dipengaruhi oleh *brand awareness* ( $X_1$ ), *customer value* ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ).

Menurut Cronin and Taylor (1992), minat beli ulang pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut. Perusahaan atau pemasar perlu untuk meningkatkan kesadaran konsumen atas mereknya untuk

menciptakan pelanggan yang setia dan loyal dan sebagai suatu mekanisme untuk memperluas pasar merek.

*Brand Awareness* merupakan kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek dalam kondisi berbeda, seperti tercermin oleh pengenalan merek mereka atau prestasi pengingatan (Kotler dan Keller, 2016: 346). Penelitian Anggraini, A (2017) menunjukkan bahwa *brand awareness* mempunyai pengaruh terhadap minat beli ulang.

Menurut Zeithami dalam (Kim dan Tang, 2020) *Customer Value* adalah keseluruhan penilaian pelanggan atas kegunaan produk, jasa, dan pengalaman berdasarkan pengetahuan pelanggan tentang manfaat yang diterima, pengorbanan yang dilakukan, atau biaya yang dikeluarkan.. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ariadewi (2015) menyatakan bahwa *customer value* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Menurut Tjiptono (2008), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap penilaian ketidakpuasan yang dirasakan (non-confirmation) antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dengan kinerja aktual yang dialami setelah menggunakan produk. Dalam penelitian terdahulu (Ramadhan & Santosa, 2017) memiliki suatu kesimpulan hasil yang sama yaitu Kepuasan Pelanggan sangat berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan paparan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh *Brand Awareness*, *Customer Value* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Sewa Ulang Rental Mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok**”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *brand awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok ?
2. Apakah *customer value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok ?

3. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand awareness* terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer value* terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat sewa ulang rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) di Cinere Depok.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan kontribusi bagi perusahaan untuk menangani masalah dan sebagai informasi tambahan kepada pihak manajemen perusahaan sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan dapat bersaing dengan kompetitor.

#### **2. Bagi Peneliti**

Melalui penelitian ini, peneliti dapat memperoleh pengetahuan dan informasi baru serta memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Nasional.

#### **3. Bagi Penelitian selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya kaitannya dengan pengaruh *brand awareness*, *customer value*, dan kepuasan pelanggan terhadap minat sewa ulang.