

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan penggunaan sepeda motor pada dasawarsa terakhir ini sangat pesat sekali sejalan dengan perkembangan teknologi di dunia otomotif. Munculnya sepeda motor cina (mocin) yang beraneka ragam merk menambah semaraknya perkembangan sepeda motor di tanah air, sehingga tidak mengherankan jika persaingan dalam usaha sepeda motor berlangsung dengan sangat ketat dan harga yang ditawarkanpun menjadi kompetitif, hal ini tidak hanya pada bentuk dan warna namun juga pada merk.

Dalam persaingan yang sangat ketat ini pada pasar sepeda motor bebek merk "Honda" dimana konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan produk yang ditawarkan, maka produsen dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar penetapan keputusan. Keberhasilan suatu keputusan memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen.

Tujuan kegiatan pemasaran adalah untuk mempengaruhi kesediaan pembeli atau calon pembeli untuk memilih barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan, ketika masuk pasar. Hal ini sangatlah penting bagi pemasar untuk memahami mengapa dan bagaimana konsumen bertindak dalam satu pembelian, sehingga perusahaan dapat mengembangkan program pemasaran dengan baik.

Melakukan suatu inovasi secara berkesinambungan dan unggul dalam berbagai aspek yang dapat diandalkan dalam persaingan untuk memberikan

kepuasan kepada pelanggan. Hal ini sesuai dengan apa yang dimaksud pemasaran menurut Kotler (1997) yaitu suatu proses manajerial dimana individu-individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dari suatu nilai dengan pihak lain. Jadi pemasaran pada saat ini lebih memfokuskan pada kelompok-kelompok pelanggan yang terdefinisi, bukan pada semua orang.

Perspektif sistem konsumsi mengakui bahwa subsistem produk dan subsistem pelayanan saling berpengaruh. Dan dampak saling berpengaruh ini mempunyai implikasi bahwa kepuasan akan produk mempengaruhi minat berperilaku (*behavioral intentions*) kearah penyediaan pelayanan dan kepuasan akan pelayanan akan mempengaruhi minat berperilaku (*behavioral intentions*) kearah manufaktur produk.

Dalam pendekatan *attribute level*, kepuasan dan minat berperilaku model multiatribut akan lebih tepat digunakan dalam penelitian ini karena memiliki 2 kelebihan utama yaitu perwujudan pengalaman konsumsi pada konsumen dan spesifikasi tentang kepuasan konsumen.

Perusahaan-perusahaan yang mengaplikasi pendekatan sistem konsumsi ini bertujuan ingin menjalin hubungan langsung dengan pelanggan, dengan konsekuensi perusahaan menawarkan layanan ekstra, potongan-potongan dan program-program penghematan kepada pelanggan. Jadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“ANALISIS MINAT BELI ULANG KONSUMEN TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR BEBEK MERK “HONDA” DI KOTAMADYA YOGYAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Apakah kinerja produk mempengaruhi kepuasan produk sepeda motor bebek merk "Honda" di Kotamadya Yogyakarta?
2. Apakah kepuasan produk mempengaruhi minat beli produk sepeda motor bebek merk "Honda" di Kotamadya Yogyakarta?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kinerja produk terhadap kepuasan produk sepeda motor bebek merk "Honda" di Kotamadya Yogyakarta.
2. Menguji pengaruh kepuasan produk terhadap minat beli produk sepeda motor bebek merk "Honda" di Kotamadya Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijakan apa yang telah dan akan dilakukan perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai sarana aplikasi ilmu pengetahuan yang telah didapat penulis dari bangku kuliah dan hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan bagi