

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan penggunaan sepeda motor sport pada dasa warsa terakhir ini sangat pesat. Hal ini sesuai dengan perkembangan teknologi didunia otomotif, sehingga tidak mengherankan jika persaingan dalam usaha sepeda motor sport berlangsung dengan sangat ketat dan harga yang ditawarkanpun menjadi kompetitif. Persaingan tidak hanya pada bentuk dan warna namun juga pada merek.

Dalam persaingan yang sangat ketat ini pada pasar sepeda motor sport, 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.

Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal (Hawkins, 1986 ; Assael, 1987 dalam jurnal). Untuk merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, maka yang harus diubah terlebih dahulu adalah sikapnya (Risa Parmadeli, 1988 dalam jurnal), dan sikap pada konsumen akan menentukan perilaku pembeliannya, sehingga untuk mempengaruhi perilaku membeli pada konsumen dapat dilakukan dengan jalan mempengaruhi sikapnya. Disamping itu *performance* produk dan pelayanan merupakan suatu masalah yang perlu diperhatikan

sebab *performance* produk dan pelayanan dapat mempengaruhi pola pikir seseorang dalam mengambil suatu keputusan.

Sikap adalah fungsi dari harapan dan setelah itu merupakan fungsi dari sikap sebelumnya dengan tingkat kepuasan saat ini. Intensi pembelian merupakan fungsi dari sikap individual terhadap produk dan jasa. Menurut Oliver (1980) dalam jurnal, bentuk sikap konsumen terhadap penyedia jasa berdasarkan harapan sebelumnya tentang kinerja perusahaan akan berpengaruh pada intensi pembelian.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya (Kotler, 1997). Sedangkan Engel (1994) dalam jurnal, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli setelah alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan.

Beberapa peneliti telah melakukan pengujian hubungan antara kualitas pelayanan, *performance product*, kepuasan pelanggan dan intensi perilaku pembelian konsumen. Hubungan antara *performance product*, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan intensi perilaku pembelian ulang sangat penting bagi manager, hal ini nampak pada hasil penelitian Vikas Mittal dkk (1998) dalam jurnal, yang menunjukkan bahwa *performance product* dan pelayanan memiliki dampak langsung pada minat pembelian ulang selain pada

Banyak perusahaan yang tidak hanya menawarkan produknya saja namun juga pelayanan jasanya, tetapi menawarkan suatu sistem konsumsi yaitu penawaran yang ditandai dengan subsistem produk dan pelayanan yang saling terkait dan dikonsumsi selama periode tertentu (Vikas Mittal dkk, 1999 dalam jurnal). Landasan konseptual pendekatan ini mengacu pada teori *General Living System* (Reidenback, Olivia, 1981, dalam Vikas Mittal dkk, 1999 dalam jurnal). Secara konseptual ada 3 elemen yang membentuk sistem konsumen yaitu *attribute level*, kepuasan, dan minat berperilaku. Sistem konsumsi terdiri dari beberapa subsistem dengan sistem produk dan pelayanan sebagai subsistem kuncinya.

Perspektif sistem konsumsi mengakui bahwa subsistem produk dan subsistem pelayanan saling berpengaruh. Dan dampak dari saling berpengaruh ini mempunyai implikasi bahwa kepuasan akan produk mempengaruhi minat berperilaku kearah penyedia pelayanan dan kepuasan akan pelayanan akan mempengaruhi minat berperilaku kearah manufaktur produk.

Berdasarkan alasan di atas maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul : **Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Sepeda Motor Bebek Honda Supra X 125 Di Kotamadya Yogyakarta.**

## **B. Batasan Masalah**

Untuk dapat memenuhi tujuan penelitian ini terarah pada perumusan masalah yang telah dirumuskan dan untuk menghindari timbulnya salah

pengertian dan peninjauan yang terlalu luas maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan sepeda motor bebek Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta.
2. Variabel yang diteliti adalah kinerja atribut (produk dan pelayanan), kepuasan (produk dan pelayanan), serta minat beli (terhadap produk dan melalui dealer/agen).
3. Pelayanan dalam penelitian ini adalah pelayanan purna jual (*service/perawatan, suku cadang*) bukan pelayanan pada saat pembelian produk.

### **C. Rumusan Masalah**

1. a. Apakah kinerja atribut produk mempengaruhi secara langsung kepuasan produk dalam pembelian produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta?  
b. Apakah kinerja atribut pelayanan mempengaruhi secara langsung kepuasan pelayanan dalam pembelian produk sepeda motor Honda Supra X 125?
2. a. Apakah kepuasan produk mempengaruhi secara langsung minat beli produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta?  
b. Apakah kepuasan pelayanan mempengaruhi secara langsung minat beli produk di agen/dealer sepeda motor Honda di Kotamadya Yogyakarta?

3. Apakah kepuasan produk mempengaruhi secara langsung minat beli produk di agen/dealer sepeda motor Honda di Kotamadya Yogyakarta?
4. Apakah kepuasan pelayanan mempengaruhi secara langsung minat beli produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. a. Menganalisis pengaruh kinerja atribut produk secara langsung terhadap kepuasan produk dalam pembelian produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta.
- b. Menganalisis pengaruh kinerja atribut pelayanan secara langsung terhadap kepuasan pelayanan dalam pembelian produk sepeda motor Honda Supra X 125.
2. a. Menganalisis pengaruh kepuasan produk secara langsung terhadap minat beli produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta.
- b. Menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan secara langsung terhadap minat beli produk sepeda motor Honda Supra X 125 di Kotamadya Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan produk secara langsung terhadap minat beli produk di agen/dealer sepeda motor Honda di Kotamadya Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan secara langsung terhadap minat beli produk sepeda motor Honda di Kotamadya Yogyakarta.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijaksanaan apa yang telah ditetapkan.

### **2. Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini akan memberikan tambahan pengetahuan dalam menerapkan ilmu yang didapat dari bangku kuliah, khususnya manajemen pemasaran ke dalam bentuk lembar kerja skripsi yang mengangkat masalah minat beli konsumen.

### **3. Bagi Masyarakat**

Sebagai bahan wacana referensi untuk keperluan dalam hal perkuliahan