

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dengan dibukanya pasar bebas di Indonesia, membuat persaingan bisnis di pasar lokal semakin ketat. Hal ini dikarenakan masuknya pelaku bisnis baru yang mengeluarkan berbagai produknya, sehingga menambah variasi produk yang beredar di pasar salah satunya adalah sepeda motor. Semakin banyak produsen sepeda motor yang masuk ke pasar, maka bertambah pula variasi sepeda motor yang beredar di pasar.

Perspektif sistem konsumsi mengakui bahwa dimensi produk dan dimensi pelayanan saling berpengaruh. Dampak dari saling berpengaruh ini mempunyai implikasi bahwa kepuasan konsumen akan produk mempengaruhi minat berperilaku ke arah penyedia pelayanan, dan kepuasan konsumen akan pelayanan mempengaruhi minat berperilaku ke arah manufaktur produk.

Produk merupakan suatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk membeli, digunakan dan dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan (Kotler, 1997). Konsep produk menegaskan bahwa konsumen lebih menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkinerja atau inovatif.

Minat merupakan suatu keadaan dimana seseorang menaruh perhatian pada sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari

maupun membuktikan lebih lanjut tentang sesuatu (Walgito, 1981) . Secara tidak langsung hal-hal yang berhubungan dengan bidang minatnya sudah cukup menarik perhatian produsen sebagai pihak yang menawarkan barang atau jasa, saling bersaing untuk merebut konsumen. Maka apabila individu mempunyai minat membeli terhadap suatu barang atau jasa, menunjukkan bahwa individu itu suatu perhatian dan rasa senang pada barang atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya (Kotler, 1997). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Hal tersebut menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian, maka penulis mengambil judul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA DI KABUPATEN BANTUL YOGYAKARTA.”**

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Agar penelitian ini dapat memberikan manfaat yang diharapkan, maka untuk lebih memusatkan penelitian pada pokok masalahnya perlu dibatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Produk yang menjadi objek penelitian adalah produk Sepeda Motor Honda Supra.
2. Variable yang diteliti adalah:
  - a. Dimensi produk meliputi : Kualitas, Pengereman, Desain.
  - b. Dimensi pelayanan meliputi : Kualitas Pekerjaan, Peralatan yang Tersedia, Kesabaran Menerima Keluhan serta Kejujuran.
  - c. Kepuasan konsumen dari aspek : Produk dan Pelayanan.
  - d. Minat beli : terhadap produk.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Untuk menggambarkan dengan jelas permasalahan yang akan diteliti, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari aspek produk?
2. Apakah dimensi pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari aspek pelayanan?
3. Apakah kepuasan konsumen dari aspek produk pengaruh terhadap minat beli?
4. Apakah kepuasan konsumen dari aspek pelayanan berpengaruh terhadap

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

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh dimensi produk terhadap kepuasan konsumen dari aspek produk.
2. Pengaruh dimensi pelayanan terhadap kepuasan konsumen dari aspek pelayanan.
3. Pengaruh kepuasan konsumen dari aspek produk terhadap minat beli.
4. Pengaruh kepuasan konsumen dari aspek pelayanan terhadap minat beli.

#### **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 Penulis

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

3. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi untuk kelengkapan dalam hal perkuliahan