

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sesuai dengan perkembangan jaman, dimana sebagai makhluk yang mempunyai kebutuhan tidak terbatas, tentunya manusia akan sangat selektif dalam mengkonsumsi suatu barang maupun jasa yang di inginkan untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan penggunaan sepeda motor pada dasawarsa saat ini sangatlah pesat sesuai dengan perkembangan teknologi di dunia otomotif, 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 merk.

Dalam persaingan yang ketat ini pada sepeda motor bebek, dimana konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan produk yang ditawarkan, maka produsen dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar pengambilan keputusan.

Pasar merupakan faktor penting untuk mencapai sukses suatu kegiatan bisnis. Tujuan perusahaan dapat tercapai dengan menguasai pasar maka harus diketahui dan dipahami tentang konsep pemasaran yaitu sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa keputusan konsumen itu merupakan suatu syarat secara ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus

dimulai dengan kegiatan mengenal dan merumuskan keinginan serta kebutuhan dari konsumennya.

Pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam membeli suatu produk akan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan dan mengembangkan produk yang akan dibuat. Perusahaan harus mempelajari perilaku konsumen dari pasar sasaran yang dituju agar produk yang dihasilkan mendapat tanggapan yang efektif dari konsumen. Penelitian mengenai siapa yang berada di pasar konsumen, apa yang dibeli konsumen, kapan mereka membeli, siapa yang terlibat dalam pembelian, mengapa konsumen membeli dan bagaimana mereka membeli merupakan analisis pasar yang erat kaitanya dengan konsumen.

Keterangan-keterangan hasil penelitian ini akan melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk merumuskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian manajer perusahaan dapat memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan serta menyesuaikan dengan perubahan perilaku konsumen.

Perspektif sistem konsumsi mengakui bahwa atribut produk dan atribut pelayanan saling berpengaruh. Dampak dari saling berpengaruh ini mempunyai implikasi bahwa kepuasan produk mempengaruhi minat berperilaku ke arah penyedia pelayanan, dan kepuasan akan pelayanan akan mempengaruhi manufaktur produk. Pengertian minat atau keinginan menurut Kotler (2003) adalah hasrat untuk memperoleh pemuas-pemuas tertentu untuk kebutuhan.

Keberhasilan suatu keputusan memerlukan pemahaman tentang perilaku konsumen, adapun definisi dari perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu, yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Handoko, 1997).

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya (Kotler, 2003). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum membeli produk yang dijadikan standar dalam menilai kinerja produk tersebut (Zeithani, Parasuraman, Berry, 1993).

Yamaha Mio adalah salah satu jenis motor bebek yang berusaha menarik konsumen dengan menawarkan produk beserta keunggulannya dengan tujuan untuk memenangkan persaingan lewat keputusan-keputusan yang menawarkan kebutuhan pelanggannya. Motor bebek ini adalah salah satu bentuk inovasi perusahaan sepeda motor Yamaha untuk memuaskan konsumen dengan menawarkan atribut produk yang diunggulkan. Sasaran utama pemasaran Yamaha Mio ini adalah para konsumen wanita yang menyukai kepraktisan dalam sebuah produk sepeda motor. Seperti slogan lebih anggun dalam gaya, "Wanita jangan mau ketinggalan" Atribut produk

yang diunggulkan Yamaha Mio untuk memikat pasar khususnya wanita antara lain model yang berbeda dari jenis motor bebek lainnya serta transmisi yang otomatis dan praktis.

Kelebihan produk Yamaha Mio yang menawarkan kepraktisan tersendiri dalam memikat pasar khususnya konsumen wanita menimbulkan sebuah pertanyaan, apakah keunikan dan kepraktisan yang ditawarkan sepeda motor Yamaha Mio memang menjadi sebuah faktor yang dipertimbangkan konsumen sehingga mereka mendapatkaji kepuasan dengan membeli produk ini.

Melihat uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai hubungan atribut produk yang ditawarkan Yamaha Mio sebagai salah satu usaha produsen sepeda motor untuk meningkatkan minat beli sepeda motor Yamaha Mio dalam sebuah penelitian yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN PRODUK, KEPUASAN PELAYANAN DAN MINAT BELI PADA DEALER PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI KOTA YOGYAKARTA"

## **B. Batasan Masalah**

Untuk dapat memenuhi tujuan penelitian sehingga penelitian ini terarah pada perumusan masalah yang telah dirumuskan dan untuk menghindari timbulnya salah pengertian dan tinjauan luas maka perlu adanya pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki sepeda motor Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.
2. Variabel yang diteliti adalah performa atribut produk (kelengkapan, kenyamanan, pengendalian dan pengereman), atribut pelayanan (peralatan, kualitas pekerjaan, kejujuran, fasilitas dan waktu pelayanan) kepuasan produk, kepuasan pelayanan dan minat beli.

## **C. Rumusan Masalah**

Dari uraian yang ada dalam latar belakang masalah, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah atribut produk (kelengkapan, kenyamanan, pengendalian dan pengereman) secara simultan mempengaruhi kepuasan produk Yamaha Mio di Kota Yogyakarta?
2. Apakah atribut produk (kelengkapan, kenyamanan, pengendalian dan pengereman) secara parsial mempengaruhi kepuasan produk Yamaha Mio di Kota Yogyakarta?

3. Apakah atribut pelayanan (peralatan, kualitas pekerjaan, kejujuran, fasilitas dan waktu pelayanan) secara simultan mempengaruhi kepuasan pelayanan di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta ?
4. Apakah atribut pelayanan (peralatan, kualitas pekerjaan, kejujuran, fasilitas dan waktu pelayanan) secara parsial mempengaruhi kepuasan pelayanan di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta ?
5. Apakah kepuasan produk dan kepuasan pelayanan secara simultan mempengaruhi minat beli di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta?
6. Apakah kepuasan produk dan kepuasan pelayanan secara parsial mempengaruhi minat beli di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta?

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

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian adalah untuk:

1. Menguji pengaruh atribut produk (kelengkapan, kenyamanan, pengendalian dan pengereman) secara simultan terhadap kepuasan produk dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.
2. Menguji pengaruh atribut produk (kelengkapan, kenyamanan, pengendalian dan pengereman) secara parsial terhadap kepuasan produk dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.
3. Menguji pengaruh atribut pelayanan (peralatan, kualitas pekerjaan, kejujuran, fasilitas dan waktu pelayanan) secara simultan terhadap

kepuasan pelayanan di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.

4. Menguji pengaruh atribut pelayanan (peralatan, kualitas pekerjaan, kejujuran, fasilitas dan waktu pelayanan) secara parsial terhadap kepuasan pelayanan di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.
5. Menguji pengaruh kepuasan produk dan kepuasan pelayanan secara simultan terhadap minat di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.
6. Menguji pengaruh kepuasan produk dan kepuasan pelayanan secara parsial terhadap minat di dealer tempat pembelian Yamaha Mio di Kota Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mendatangkan manfaat bagi beberapa pihak, manfaat tersebut antara lain sebagai berikut:

1. **Bagi Perusahaan**

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

2. **Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini akan memberikan tambahan pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dari bangku kuliah khususnya

manajemen pemasaran ke dalam bentuk lembar kerja skripsi yang mengangkat minat beli konsumen.

### 3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan wacana referensi untuk keperluan dalam hal perkuliahan maupun penelitian lebih lanjut.