

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang motor merupakan salah satu kendaraan yang sudah menjadi kewajiban setiap orang untuk memunyainya. Selain sebagai alat transportasi, motor juga berfungsi untuk mendukung status atau gaya hidup dari seseorang. Hampir semua orang mempunyai motor untuk digunakan sehari-hari dan tidak jarang pula ada yang memiliki motor lebih dari satu buah. Perkembangan industri otomotif terutama motorpun sudah berkembang seperti memberikan desain yang lebih *sporty*, mesin yang jauh lebih bagus dari tahun ke tahun untuk mendukungnya motor pada zaman sekarang. Adapula fitur yang mulai di adaptasikan dari mobil ke motor yaitu adanya *smart key system* yang menjadi teknologi unggulan motor, *Anti-Theft System* dan *Answer Back System* yang akan membuat kendaraan kita menjadi lebih aman.

Seperti yang kita ketahui industri motor tidak hanya memiliki satu *type* motor. Contoh motor Honda yang sangat dikenal oleh konsumen (pembeli dan pengguna) motor di Indonesia, Honda berani memberikan fitur-fitur dan spesifikasi yang sangat canggih dan tentunya aman untuk digunakan. Dengan adanya perkembangan pada motor Honda, membuat motor Honda menjadi salah satu merek motor yang diinginkan setiap orang. Honda mengeluarkan banyak sekali produk motor dari yang *cub*, *matic*, maupun *sport* yang akan menjadi pilihan setiap

konsumen yang ingin membelinya, seperti : Honda Beat, Honda Vario, Honda Scoopy, Honda CB, Honda Revo dan masih banyak lainnya. Produk-produk tersebut membuat Honda dikenal dengan beragamnya produk yang dikeluarkan dan juga fitur-fitur yang selalu dikembangkan dengan baik.

Selain itu, Honda juga menyediakan jasa yang menyediakan *sparepart* atau suku cadang jika konsumen membutuhkan dan jasa seperti *service* di tempat resmi yang sudah disediakan untuk sepeda motor Honda. AHASS (Astra Honda Authorized Station) adalah bengkel resmi sepeda motor Honda yang mengkhususkan diri dalam perawatan pribadi, servis sepeda motor Honda di Indonesia dan penjualan suku cadang yang diperlukan untuk konsumen.

Dalam bisnis ini, karyawan sering memiliki peran yang berbeda, seperti tenaga layanan purna jual, layanan purna jual, pembelian suku cadang, dll. Peran karyawan ini sangat penting seiring dengan meningkatnya intensitas persaingan dan pesaing yang ada. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan sangat mudah dengan memberikan fasilitas dan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Jika karyawan melakukan kesalahan maka konsumen berhak mengadu kepada pengelola untuk menyelenggarakan bengkel ini ke rekening.

Dalam penjualannya, motor Honda tergolong dalam jenis motor yang banyak dibeli oleh masyarakat selain murah, lebih irit tetapi kita bisa mendapatkan spesifikasi yang bagus di dalamnya. Terhitung dari 2 tahun terakhir yaitu dari 2019-2021 dimana *sales* motor Honda di Surabaya meningkat, sedangkan penjualan produk motor lainnya berada dibawah Honda. Walaupun Honda selalu unggul

dalam penjualannya, pada awal pandemic 2020 motor Honda sempat mengalami penurunan penjualan namun tetap dalam urutan pertama dalam penjualan dan kembali naik pada tahun 2021 dikarenakan pandemi sudah mulai berakhir. Dengan begitu Honda selalu mengungguli dalam penjualannya.

Tabel 1. 1
TABEL AISI PENJUALAN MOTOR

Tahun	Brand	Total
2019	Honda	4.910.688
	Yamaha	1.434.217
	Suzuki	71.861
	Kawasaki	69.766
	TVS	898
2020	Honda	94.891
	Yamaha	28.001
	Suzuki	1.752
	Kawasaki	509
	TVS	9

Sumber : (Data Penjualan Motor 2019 Dari AISI Untuk Semua Merek, 2019-2020)

Penjualan motor Honda di 2019 masih terbesar diantara pesaingnya.

Perolehannya sendiri nyaris 5 juta unit atau tepatnya 4.910.688. Angka tersebut mengalami kenaikan dibanding tahun 2018 yang hanya 4.759.202 unit saja. Selain itu berbagai aktivitas promosi pun gencar dilakukan Honda pada *line up* produknya

Dari data diatas bisa diketahui bahwa penjualan pada tahun 2020 memang mengalami penurunan karena pandemi tetapi masih berada pada urutan pertama yang dimana penjualan motor Honda sebanyak 94.448 unit sedangkan pada urutan kedua disusul oleh Yamaha sebanyak 28.011 unit dan pada bulan Mei 2020 Yamaha bahkan tidak ada data penjualan sama sekali.

Berdasarkan kutipan dari OTO (2021) dari total penjualan Januari sampai Agustus 2021, Astra Honda Motor (AHM) menjadi pemimpin pangsa pasar sampai

77,3 persen. Tidak kurang dari 2,55 juta sepeda motor rakitan AHM berhasil distribusi dan terjual ke konsumen. General Manager Corporate Communication PT AHM, Ahmad Muhibbuddin mengatakan, penjualan motor Honda tumbuh sekitar 28,8 persen dibandingkan tahun 2020. Hasil ini tak lepas dari ekonomi masyarakat yang berangsur pulih dan penyebaran vaksinasi yang merata sehingga kegiatan masyarakat mulai normal.

Tabel 1. 2
TABEL TOP MOTORCYCLE BRANDS BY TOP BRAND INDEX
2019-2021

2019			2020			2021		
Brand	Ranking	Market Share	Brand	Ranking	Market Share	Brand	Ranking	Market Share
Honda Beat	1	36,3%	Honda CBR	1	22,1%	Honda Supra	1	24.0%
Honda Vario	2	18,5%	Kawasaki Ninja	2	7.2%	Honda Revo	2	14,7%
Yamaha Mio	3	12,9%	Yamaha V-IXION	3	6.7%	Yamaha Jupiter	3	12.0%
Honda Scoopy	4	9,1%	Yamaha R	4	4.7%	Honda Blade	4	11.4%
Honda PCX	5	4,4%	Yamaha Byson	5	4.4%	Yamaha Vega	5	3.1%

Sumber : Top Brand Index Penjualan Honda, 2020

Dapat dilihat pada tabel 1.2 dimana persentase penjualan produk motor Honda di Indonesia bersaing sangat ketat. Dimulai dari motor *mati*, motor *sport*, dan motor bebek dan konsumen memiliki andalan masing-masing untuk setiap jenis motor pada produk Honda dan Honda menempati urutan pertama dari tahun 2019 sebanyak 36,3% untuk motor Honda Beat, 22.1% untuk motor Honda CBR dan

24.0% untuk motor Honda Supra. Persentase diatas dipengaruhi oleh kepuasan konsumen terhadap produk motor Honda yang berdampak pada loyalitas kepada produk tersebut.

Kepuasan konsumen sendiri berarti adanya rasa senang atau kecewa yang timbul setelah konsumen membeli produk dari sebuah perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui kepuasan konsumennya dan meningkatkan lagi produk yang dibuatnya. Kepuasan konsumen akan produk motor Honda yang dijual membuat konsumen menjadi loyal atas merek tersebut dan membuat peningkatan dari segi penjualan. Karena pentingnya kepuasan konsumen untuk mengetahui bagaimana loyalitas pada produk motor Honda, maka Honda selalu memberikan yang terbaik dan kenyamanan untuk konsumen/ penggunaanya. Loyalitas konsumen motor Honda.

Penelitian ini dilakukan untuk karena ingin mengetahui seberapa besarnya kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen atas produk Honda di Surabaya yang digunakan. Seperti yang kita ketahui Honda merupakan merek yang terkenal dengan irit bahan bakar, fitur yang aman, harga yang murah dan canggih serta spesifikasi yang bagus untuk sebuah motor. Motor Honda sendiri dibandrol dengan harga mulai dari 15 juta untuk sebuah motor hingga 25 juta dan dengan harga yang terjangkau ini membuat konsumen menjadi loyal kepada produk motor Honda.

Tren motor di Indonesia saat ini mengarah pada motor skuter *matic* tetapi juga pada motor-motor lainnya. Motor Honda berkembang pesat dalam pertumbuhan motor Honda di Indonesia terutama di Surabaya dan mengalahkan merek motor lainnya. Oleh karena itu, peneliti meneliti mengenai kualitas produk,

citra merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada motor Honda yang menjadi faktor penting dalam penentuan persepsi suatu perusahaan. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan dalam latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Motor Honda Di Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada motor Honda di Surabaya?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada motor Honda
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada motor Honda di Surabaya

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang diharapkan tercapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada motor Honda di Surabaya.

2. Menganalisis Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada motor Honda di Surabaya.
3. Menganalisis Kepuasan Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada motor Honda di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka yang diharapkan dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Bagi Astra Honda Motor (AHM)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Honda pentingnya kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen.

2. Bagi peneliti dan peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti agar memahami pengaruh kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen di Surabaya dan juga hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain sebagai sumber informasi dan referensi untuk bahan penelitian dengan topic yang sama.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya secara akademis dapat memberikan pelajaran bagi mahasiswa/i dalam bidang manajemen pemasaran berkait kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen

1.5 Sistematika Penelitian Skripsi

Sistem penelisan dalam penelitian ini mengacu pada pedoman Universitas Hayam Wuruk Surabaya. Sistematika dalam penelitian ini mencakup beberapa sub bab antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu , Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variable, Penyusunan Instrument Penelitian, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Pada BAB IV ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil yang sudah dilaksanakan.

BAB V : PENUTUP

Pada BAB V ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran dari peneliti untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.