

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di era globalisasi memang sangat ketat, ini merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu dapat menyesuaikan kondisi di era globalisasi yang cepat ini. Perkembangan gaya hidup pada masyarakat berubah-ubah, masyarakat saat ini menginginkan produk atau jasa yang lebih modern dan juga canggih. Hal tersebut dapat diantisipasi perusahaan dengan adanya berbagai merek baru yang dapat mempengaruhi persaingan yang ketat.

Honda sebagai produsen Sepeda Motor perlu untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumennya terhadap merek Honda. Mengingat semakin ketatnya persaingan di pasar, Honda memproduksi berbagai type sepeda motor diantaranya adalah Honda Vario 150 eSP, Honda Vario 125 eSP, dan Honda Vario 110 eSP.

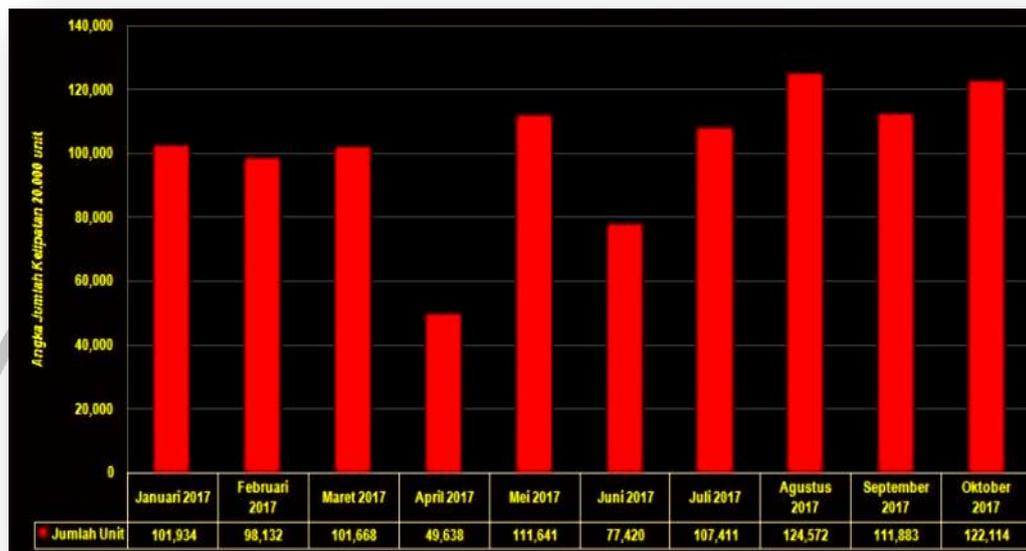
Tabel 1.1
PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO JANUARI-OKTOBER 2017

No	Bulan	Jumlah
1.	Januari 2017	101.934 unit
2.	Februari 2017	98.132 unt
3.	Maret 2017	101.668 unit
4.	April 2017	49.638 unit
5.	Mei 2017	111.641 unit
6.	Juni 2017	77.420 unit
7.	Juli 2017	107.411 unit
8.	Agustus 2017	124.572 unit
9.	September 2017	111.883 unit
10.	Oktober 2017	122.114 unit

	Jumlah selama 10 bulan	1.006.431 unit
	Rata-rata perbulan	100.641 unit

Sumber : *motorbloginfo.wordpress.com*

Gambar 1.1
PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO JANUARI-OKTOBER 2017



Sumber : *motorbloginfo.wordpress.com*

Berdasarkan Tabel dan Grafik Penjualan Sepeda Motor Honda Vario seperti yang tampak pada tabel dan grafik diatas, series sepanjang bulan Januari hingga Oktober 2017, angka tertinggi terjadi pada bulan Agustus 2017 yaitu sebanyak 124.572 unit, sedangkan angka penjualan terendah terjadi pada bulan April 2017 yaitu sebesar 49.638 unit. Di bulan April 2017 mengalami penjualan yang sangat rendah, hal ini terjadi karena adanya pergantian warna yang baru pada seluruh type Honda Vario series. Salah satu warna terbaru dari Honda Vario 150 eSP adalah warna *matte black* yang dapat dipadukan dengan warna gold pada *cast wheel (velg)*. Dengan demikian dalam rangka memenangkan persaingan setiap perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek.

Loyalitas merek adalah ukuran kesetiaan pelanggan terhadap sepeda motor Honda Vario. Loyalitas dapat memberikan gambaran tentang mungkin atau tidaknya pelanggan dapat beralih ke produk yang lain selain sepeda motor Honda Vario. Pada dasarnya, pelanggan yang memiliki pengalaman yang baik terhadap sepeda motor Honda Vario, mereka akan loyal terhadap sepeda motor Honda Vario dan akan mendorong orang lain untuk membelinya. Loyalitas merek biasanya digambarkan sebagai pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang terhadap untuk membeli sepeda motor Honda Vario dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas merek juga dapat didefinisikan sebagai gambaran seberapa kuat pelanggan memilih sebuah sepeda motor Honda Vario, jika dibandingkan dengan merek lain. Pelanggan yang setia tidak akan terpengaruh oleh berita atau informasi yang negatif mengenai sepeda motor Honda Vario. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan sangat penting. Manfaat loyalitas merek adalah pelanggan setia terhadap sepeda motor Honda Vario, sering melakukan pembelian ulang, meningkatkan volume pembelian, dan mempromosikan perusahaan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) mengenai sesuatu yang positif dalam Hussain (2016 : 2).

Loyalitas terhadap merek juga dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel diantaranya adalah Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah penilaian tentang sepeda motor Honda Vario yang digunakan oleh pelanggan dalam memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan. Dalam penilaian tersebut dapat mengetahui pelanggan tersebut puas atau tidak dalam membeli sepeda motor Honda Vario. Kepuasan pelanggan sangat penting karena telah menjadi faktor

utama dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan yang dianggap sebagai standar dasar kinerja dan standar keunggulan. Dalam rangka memenangkan persaingan, kepuasan pelanggan juga memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan. Seperti yang diketahui, sejumlah besar pelanggan yang tidak puas, akan mengeluh terhadap produk tersebut dan akan menimbulkan dampak negatif terhadap merek produk tersebut (Lovelock & Wirtz, 2011 dalam Hussain, 2016 : 2). Pelanggan yang puas akan melakukan mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif mengenai sepeda motor Honda Vario. Pelanggan yang puas juga akan melakukan pembelian secara berulang terhadap sepeda motor Honda Vario. Apabila pelayanan yang diberikan perusahaan tidak memberikan kepuasan maka pelanggan akan menilai sangat buruk. Namun sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan akan memberikan penilaian yang baik.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga. Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga juga adalah faktor yang menentukan salah satu keputusan pembelian. Dengan harga dapat membantu pelanggan untuk menentukan pembelian atau tidaknya. Perbandingan harga juga dapat mempermudah pelanggan untuk membandingkan sepeda motor Honda Vario dengan kompetitornya dalam Ratanavailakul (2016 : 64). Dengan adanya harga perusahaan akan menentukan nilai untuk mendapatkan laba dari produk atau jasa yang telah dijual. Harga juga sering menjadi faktor penentu dalam melakukan suatu pembelian dan tidak menutup kemungkinan faktor-faktor yang lain juga menjadi faktor penentu dalam melakukan suatu pembelian.

Selain harga, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan. Nilai yang dirasakan adalah persepsi konsumen untuk membandingkan antara pengorbanan yang dikeluarkan dengan manfaat yang telah diperoleh, setelah menggunakan sepeda motor Honda Vario. Nilai yang dirasakan merupakan persepsi terhadap pelanggan yang telah menjadi fokus strategi, karena berperan sebagai sumber keunggulan dan keberhasilan dalam Ratanavilaikul (2016 : 65). Konsep nilai yang dirasakan telah menerima perhatian besar dari peneliti dan praktisi, karena dapat memprediksi pengambilan keputusan pelanggan. Nilai yang dirasakan dapat mengetahui pendapat mengenai suatu produk yang diperoleh pelanggan dan apa yang pelanggan dapatkan. Pengukuran nilai yang dirasakan juga bisa dilihat dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan, kepercayaan produk, dan kepuasan pelanggan terhadap sepeda motor Honda Vario. Nilai yang dirasakan juga berkaitan dengan harga, kepuasan pelanggan dan dapat mempengaruhi atau mendorong pelanggan untuk mempunyai niat beli. Semakin tinggi niat beli, kemungkinan untuk membeli juga akan tinggi.

Berdasarkan penjelasan pada paragraf di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **PENGARUH HARGA, NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN HONDA VARIO DI GRESIK.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dengan ini peneliti dapat membuat suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Vario di Gresik ?
2. Apakah Nilai Yang Dirasakan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Vario di Gresik ?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Honda Vario di Gresik ?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Merek ?
5. Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Nilai Yang Dirasakan terhadap Loyalitas Merek ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji secara mendalam tentang loyalitas merek pelanggan terhadap Sepeda Motor “Honda Vario” di Gresik. Secara detail tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Vario di Gresik.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Nilai Yang Di Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Vario di Gresik.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Honda Vario di Gresik.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh mediasi Kepuasan Pelanggan pada pengaruh Harga terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Honda Vario di Gresik.

5. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh mediasi Kepuasan Pelanggan pada pengaruh Nilai Yang Dirasakan terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Honda Vario di Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh harga, nilai yang dirasakan terhadap loyalitas merek melalui mediasi kepuasan pelanggan Honda Vario di Gresik. Serta menambah wawasan peneliti mengenai harga, nilai yang dirasakan, loyalitas merek dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Perusahaan mampu merancang strategi pemasaran yang lebih baik lagi untuk mendorong konsumen dalam melakukan pembelian dan mereknya lebih dikenal oleh masyarakat. Diharapkan perusahaan mampu memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat membuat kepuasan pada pelanggan serta dapat menjadi loyal terhadap merek tersebut.

3. Manfaat Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan mengambil judul dari variabel yang sama sebagai bahan penelitiannya dalam penyusunan penelitian di masa yang akan datang dan memberikan pengalaman dalam melakukan suatu penelitian.

1.5 Sistematika Skripsi

Dalam rangka memberi gambaran umum mengenai penulisan penelitian yang dilakukan secara teratur dan sistematis, maka dari itu dalam penelitian ini disusun penulisan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, dijelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel yang dipakai untuk penelitian, definisi operasional dan definisi pengukuran variabel, penjelasan mengenai populasi sampel dan juga teknik dalam mengambil sampel, menjelaskan mengenai data serta metode untuk mengumpulkan data dan juga teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini pada penulisan menyajikan gambaran subyek penelitian dan analisis data.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini pada penulisan menyajikan kesimpulan, keterbatasan peneliti dan saran untuk sepeda motor Honda Vario dan peneliti.

