

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif di Indonesia kini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Salah satu produk pada industri otomotif yang terus berkembang dan canggih adalah motor hasil perakitan produksi pabrik manufaktur. Daya beli kendaraan bermotor kini meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat serta merupakan salah satu sarana transportasi yang banyak dipilih masyarakat Indonesia. Motor menjadi alat transportasi yang diandalkan bahkan dapat dikatakan menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat, dimana sepeda motor memiliki fungsi yang sangat dibutuhkan dalam transportasi yang cepat saat ini.

Di masa modern saat ini juga bermunculan perkembangan pada berbagai bidang. Salah satunya perkembangan yang dapat dilihat adalah bidang transportasi. Pada masa dahulu alat transportasi kendaraan bermotor merupakan barang mewah dan sedikit yang memilikinya. Seiring bertambahnya waktu alat transportasi kendaraan bermotor menjadi salah satu kebutuhan utama yang wajib dimiliki untuk memudahkan bertransportasi bagi semua kalangan masyarakat bawah menengah bahkan masyarakat menengah atas sekalipun yang ada di kota Surabaya.

Pengguna sepeda motor Kawasaki merek Ninja 250 Fi cukup banyak terlihat di kota Surabaya dikarenakan sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi ini

sangat *stylish* dan *elegant* dengan *owner* penggunaannya sehingga diminati oleh banyak kalangan terutama kaum lelaki dan anak muda yang ada di Surabaya.

Banyaknya komunitas pecinta sepeda motor di Indonesia seperti di kota Surabaya memberikan respon positif oleh produsen sepeda motor yang ada di Indonesia. Salah satunya yakni produsen sepeda motor PT. Kawasaki Motor Indonesia (KMI) merupakan perusahaan yang salah satu produksinya adalah sepeda motor kelas *sport* bermerek Kawasaki Ninja 250 Fi dan saat ini mampu bersaing di pasar dalam negeri maupun di luar negeri, di Indonesia sendiri sepeda motor *sport* Kawasaki Ninja 250 Fi memiliki pangsa pasar yang sangat luas, ditambah dengan munculnya komunitas-komunitas sepeda motor di setiap kota yang semakin lama semakin bertambah.

Sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi ini memiliki desain tampilan yang *sporty* dan *elegant* serta memberikan rasa nyaman serta kesan mewah pada pemilik penggunaannya. Untuk keunggulan yang dimiliki Kawasaki Ninja 250 Fi dari segi performanya berbekal mesin gahar dengan 250cc serta dilengkapi dengan fitur canggih. Mesin Kawasaki Ninja 250 Fi ini mengandalkan mesin 4 langkah berkapasitas 250cc dengan system suplai bahan bakarnya menggunakan *fuel injection* (ø28 mm x 2) dengan katup *Throttle* ganda, yang dapat membawa pengemudi Ninja 250 Fi ini sampai dengan kecepatan maksimal serta sudah dilengkapi dengan teknologi *Slipper Clutch*. Sebuah teknologi yang diadopsi dari ajang balap yang berguna untuk mengurangi efek *back torque* atau *engine brake* ketika gigi pada Kawasaki Ninja 250 Fi ini diturunkan secara cepat atau mendadak dan membantu mencegah ban belakang mengunci atau selip. Selain itu,

dilengkapi dengan sistem pembakaran *full injection* yang didukung sistem pengapian digital dan mempunyai tanki besar berkapasitas 17 liter yang membuat Kawasaki Ninja 250 Fi lebih efisien dalam pengonsumsi bahan bakar dan tentunya ramah lingkungan. Tak hanya itu keselamatan pun didukung dengan sistem pengereman cakram tunggal berkaliper dual – piston sehingga mempermudah pengemudi dalam mengendalikan laju motor. Sedangkan dari segi elektronik, panel indikator dari Kawasaki Ninja 250 Fi dirancang dengan tampilan yang agresif dan menarik mengikuti alur desain fisik *body* motor yang begitu *sporty* dan *elegant*. Kawasaki telah membekali dengan instrument *full digital* sehingga memiliki kesan modern dan mewah. Sektor *speedometer* yang dimiliki Kawasaki Ninja 250 Fi mempunyai banyak panel yang sangat informative diantaranya adalah penunjuk kecepatan, penunjuk rotasi mesin, indikator bahan bakar, indikator gigi, indikator lampu jarak jauh (*High Beam*) dan indikator lampu sein serta indikator *fuel injection*.

Berdasarkan dari hasil wawancara mengenai penjualan sepeda motor kelas 250 cc di Surabaya di dapat pada karyawan di Kawasaki Surapita Unitrans diperoleh informasi data penjualan sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi pada tahun 2016 sekaligus informasi data penjualan kompetitor yaitu Yamaha R 25 di Sentral Yamaha dan Honda CBR 250 RR yang ada di Eka Jaya Karunia Abadi, sebagai berikut pada tabel 1.1 :

Tabel 1.1**DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR KELAS 250 CC TAHUN 2016**

Bulan 2016	Kawasaki Ninja 250 Fi (unit)	Yamaha R25 (unit)	CBR 250 RR (unit)
Januari	1195	537	-
Februari	1303	755	-
Maret	1503	586	-
April	1264	751	-
Mei	1279	473	-
Juni	1354	581	-
Juli	886	393	-
Agustus	1024	291	-
September	1566	270	-
Oktober	1286	317	-
November	949	284	836
Desember	532	265	949

(Sumber : Wawancara Karyawan Kawasaki Unitrans Jemur Sari Surabaya, Karyawan Sentral Yamaha Basra dan Karyawan Eka Jaya Karunia Abadi, Maret 2017).

Jika dilihat dari tabel 1.1 di atas, penjualan tiga bulan terakhir dari bulan Oktober sampai bulan Desember mengalami penurunan cukup drastis. Bulan Oktober mengalami penurunan sebesar 280 unit (17,8%). Sedangkan untuk bulan November mengalami penurunan sebesar 337 unit (26,2%) dan di bulan Desember mengalami penurunan sebesar 417 unit (43,9%). Penurunan tersebut cukup besar, dan sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi mengalami masalah.

Masalah tersebut muncul dikarenakan adanya pesaing lain yang ada di industri otomotif yaitu Honda CBR 250 RR dimana pada bulan Desember

penjualan Kawasaki Ninja 250 FI hanya sebesar 532 unit sedangkan untuk Honda CBR 250 RR penjualannya diatas Kawasaki Ninja 250 FI yaitu sebesar 949 unit. Padahal jika dilihat sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi sangat disukai oleh konsumen khususnya kaum lelaki dan anak muda. Tetapi dengan munculnya merek lain saat ini, maka konsumen lebih memiliki banyak pilihan untuk pertimbangan. Hal tersebut menunjukkan pentingnya persoalan ekuitas merek sepeda motor Kawasaki Ninja 250 yang ada pada konsumen dimana. Apabila tidak disikapi dengan benar dan tepat maka akan merugikan pihak Kawasaki itu sendiri.

Ekuitas merek memiliki pengaruh besar bagi konsumen, yaitu memberikan keyakinan lebih besar dibandingkan dengan merek pesaing serta mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan kemauan untuk mau membayar dengan harga lebih mahal untuk merek tersebut, Lassar, et al., (1995) dalam Severi dan Ling (2013:125). Menurut Ling (2013) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki ekuitas merek tinggi mempunyai keunggulan lebih kompetitif dan menikmati kesempatan untuk sukses dalam menghadapi pesaing. Lebih jauh, Keller's dan Lehmmn (2006) dalam *builet al.*, (2010:2) dalam Severi dan Ling (2013) menjelaskan Ekuitas merek telah menjadi prioritas utama untuk banyak perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa ekuitas merek menjadi suatu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya.

Kesadaran merek merupakan elemen kunci dalam ekuitas merek karena jika tidak ada kesadaran merek maka tidak ada komunikasi dan tidak ada transaksi yang terjadi. Beberapa konsumen dapat membuat keputusan pembelian untuk

membeli produk dengan merek terkenal di pasar, Keller (1993) dalam jurnal Severi dan Ling (2013:126). Mengikuti kerangka konseptual penelitian sebelumnya yang dimana ada empat dimensi ekuitas merek yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek. Dari dimensi ekuitas merek dan persepsi kualitas diatas peneliti berfokus pada tiga dimensi tersebut yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas dan ekuitas merek.

Mengingat kesadaran merek yakni suatu cara awal dalam memperluas pasar merek suatu perusahaan. Suatu pembelian dan tingkah laku juga di pengaruhi oleh kesadaran. Sedangkan persepsi kualitas yang dimaksud adalah persepsi konsumen pengguna produk maupun jasa terhadap kualitas atau keunggulan dari merek sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi. Tujuan prespsi kualitas dipenelitian ini merupakan penilaian mengenai kesan konsumen pada sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi.

Citra merek merupakan presentasiaan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut, Nugroho J. Setiadi (2014:110). Menurut Kotler dan Fox dalam buku Nugroho J. Setiadi (2014:110) citra merek, adalah pendefisian gambaran, kesan, dan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek (Kotler dan Fox, 2012:270). Menurut Tatik Suryani (2013:86) citra merek didefiinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak konsumen.

Citra merek memiliki pengaruh penting dalam ekuitas merek dimana memberikan persepsi konsumen terhadap merek secara keseluruhan mulai dari informasi merek atau pengalaman selama menggunakan merek tersebut. Citra

merek dapat mempengaruhi konsumen dalam pemikiran dan perasaan konsumen (Roy and Banerjee, 2007) dalam Severi dan Ling (2013:128). Jika konsumen pernah membeli sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi akan dengan mudah untuk menilai produk dan dapat memberikan nilai positif atau negatif.

Persepsi kualitas adalah penilaian sementara yang dimiliki konsumen dalam menilai suatu kualitas produk. Suatu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh persepsi kualitas sebuah produk. Menurut Aaker (1991:85-86) persepsi kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi keseluruhan dari pelanggan tentang kecemerlangan dan kualitas produk dalam membandingkan dengan penawaran persaingan, dalam jurnal Severi dan Ling (2013:127).

Persepsi kualitas sangatlah penting dalam sebuah ekuitas merek dimana memberikan evaluasi penilaian pada produk itu sendiri. Salah satu elemen penting dalam ekuitas merek yaitu persepsi kualitas, dimana merupakan bagian penting dari studi dalam mengevaluasi ekuitas merek, Aaker, (1996) dalam jurnal Severi dan Ling (2013:127).

Berdasarkan ulasan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang membahas mengenai **“Pengaruh Kesadaran Merek , Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Ekuitas Merek Sepeda Motor Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah :

1. Apakah kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap ekuitas merek Kawasaki 250 Fi Ninja di Surabaya?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya?
3. Apakah persepsi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya?
4. Apakah kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas secara serempak berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek pada Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengujii signifikansi pengaruh kesadaran merek terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya.
2. Mengujii signifikansi pengaruh citra merek terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya.
3. Mengujii signifikansi pengaruh persepsi kualitas terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya.
4. Mengetahui signifikansi pengaruh bersama-sama kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas terhadap ekuitas merek Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna:

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan ekuitas mereknya agar dapat berbeda dan menjadi pemimpin pasar dengan mengkampanyekan produknya, membuat *event* dan membuat kerjasama *sponsorship* agar dapat meningkatkan kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas.

b. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini dapat memperoleh pengetahuan tambahan mengenai kesadaran merek, citra merek, dan persepsi kualitas terhadap ekuitas merek sehingga menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat memberikan ilmu dan informasi yang berguna bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan mengembangkannya lebih lanjut.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Pada bab ini, dijelaskan isi dari masing-masing bab yang disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara keseluruhan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang akan diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian secara rinci menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional, pengukuran variable, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Gambaran pada bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.