

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia sekarang ini mengalami peningkatan yang cukup tinggi, oleh sebab itu hubungan antara konsumen dan perusahaan harus diperhatikan agar berlangsungnya suatu perusahaan dapat dipertahankan. Oleh karena itu perusahaan sepeda bermotor yang ingin bertahan dengan usahanya harus mampu berbeda dengan para pesaingnya, sehingga dengan meningkatkan loyalitas pengguna merupakan salah satu strategi untuk memperkuat posisi perusahaan Honda Motor *Sport* di masyarakat agar Honda Motor *Sport* bisa semakin dekat dengan penggunanya.

Ada salah satu perusahaan yang banyak memikat konsumen yang cukup sukses dari memikat konsumen untuk terus menggunakan, yaitu Honda. Honda mempunyai produk motor *Sport* di antaranya adalah Honda CBR, Honda tiger dan Honda mega pro. Berikut data top *brand* motor *Sport* di Indonesia.

Tabel 1.1
Data Top Brand Index Kategori Motor *Sport* di Indonesia

Merek	2012	2013	2014
Yamaha Vixion	29,2%	20,5%	27,8%
Honda CBR	2,3%	8,0%	6,3%
Kawasaki Ninja	4,9%	7,3%	13,4%
Suzuki Thunder	7,4%	-	3,6%

Sumber : Top Brand Index

Dari data tersebut kita dapat mengetahui bahwa Honda motor *Sport* dari tahun 2012-2013 memiliki mengalami kenaikan dari 2,3% menjadi 8,0%,

sedangkan di tahun 2013 - 2014 Honda Motor *Sport* mengalami penurunan dari sebesar 8,0% menjadi 6,3%. Salah satu hal yang mempengaruhi TBI adalah *Market Share* yang menunjukkan kekuatan perusahaan di pasar tertentu dalam hal perilaku pembelian aktual Honda motor *sport*. Artinya dengan terjadinya penurunan TBI Honda Motor *Sport* maka terjadi penurunan pula pada loyalitas pengguna Honda Motor *Sport*.

Menurut Fandy Tjiptono (2009 : 259) definisi Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengguna. Harapan Pengguna Honda Motor *Sport* bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan menggunakan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh pengguna, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima pengguna Honda Motor *Sport*. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima pengguna Honda Motor *Sport*.

Pernyataan Philip Kotler (2009:49) yaitu kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan adanya kualitas layanan dari Honda Motor *Sport* yang baik maka pengguna Honda Motor *Sport* akan merasakan kepuasannya terhadap kinerja yang dilakukan oleh Honda Motor *Sport*

Menurut Fandy Tjiptono (2009:387) loyalitas pengguna adalah komitmen pengguna terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas sangat penting dalam membangun komitmen pengguna dikarenakan loyalitas pengguna akan tampak apabila pengguna sering menggunakan Honda Motor *Sport*, dengan seringnya pengguna menggunakan Honda Motor *Sport* itu menandakan bahwa pengguna sudah percaya terhadap Honda Motor *Sport*. Dalam hal ini loyalitas dapat terjadi dikarenakan adanya suatu kualitas layanan yang diberikan oleh Honda kepada pengguna. Kualitas layanan yang baik merupakan cara dari setiap Honda Motor untuk menarik pengguna agar membeli Honda motor *sport* yang di jual. Loyalitas dapat diartikan juga sebagai suatu kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pengguna lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya. loyalitas juga sebagai konsep generik yang menunjukkan kecenderungan pengguna membeli Honda motor *sport* tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

. Disini peneliti ingin meneliti Honda motor *Sport* dikarenakan penjualan Honda Motor *Sport* karena kekuatan dari loyalitas pengguna Honda motor *Sport* tersebut bisa menarik konsumen yang begitu banyak di Indonesia. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin untuk mengadakan penelitian terhadap pengguna pada Honda Motor *Sport* dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Honda Motor *Sport* di Surabaya”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna Honda Motor *Sport* di Surabaya?
2. Apakah kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pengguna Honda Motor *Sport* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui signifikansi pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Honda Motor *Sport* di Surabaya.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh positif kepuasan terhadap loyalitas pengguna Honda Motor *Sport* di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

manfaat penelitian ini untuk beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Pemasar

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemasaran dalam mendesain strategi pemasarannya, dengan pemahaman yang tepat dan mendalam tentang kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pengguna.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan dalam dunia pemasaran khususnya yang berkaitan dengan masalah kualitas layanan.

3. Bagi STIE Perbanas

Diharapkan dapat menambah perbendaharaan perpustakaan serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan

mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di waktu yang akan datang.

1.5.Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, maka penulisan skripsi disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Untuk menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengambilan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data. Bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan tentang garis besar populasi dari penelitian serta aspek-aspek dari sampel yang nantinya akan dianalisis, serta penalaran dari

hasil penelitian secara teoritik atau empiric sehingga pemecahan masalah penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan penelitian atas rumusan masalah dan pembuktiaan hipotesis ,keterbatasan penelitian,serta saran untuk mengimplikasikan pihak penelitian bagi pihak yang terkait dengan penelitian.