

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda, Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda, Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Kota Jakarta merupakan populasi yang paling banyak menggunakan kendaraan sepeda motor di Indonesia.dengan jumlah populasi di Jakarta 13,989,590 unit. (BPS,2017), Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing, untuk menghadapi persaingan tersebut produk Yamaha selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan dari masyarakat agar produknya tetap laku produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi, persepsi dan sikap konsumen dalam melakukan pengembalian keputusan pembelian, disamping itu kemudahan untuk mendapatkan alat transportasi jenis sepeda motor ini sangat mudah

karena program pemberian kredit bisa dilakukan dengan uang muka yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Salah satu jenis kendaraan sepeda motor yang banyak di minati oleh remaja merupakan jenis sepeda motor sport, salah satunya motor sport yang di keluarkan oleh yamaha a Byson jenis motor yang di luncurkan oleh Yamaha yaitu Yamaha sport Byson adalah sepeda motor bertipe sport yang di produksi pada bulan agustus 2010 dan Yamaha Byson merupakan produk built up dari Yamaha motor compony Thailand namun kemudian pada tahun 2011 sepeda motor Yamaha Byson sudah di produksi sendiri di dalam negeri oleh Yamaha Indonesia motor manufacturing (YIMM) dilihat dari data penjualan sepeda motor *sport* tahun 2014 -2016 data peminat yamaha Byson sangat turun di dibandingkan dengan pesaingannya yaitu yamaha vixion, honda CB150R dan Kawasaki Ninja 150R

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor *sport* di Indonesia, (unit)
Tahun 2014 – 2016

Merek	Tahun		
	2014	2015	2016
Yamaha Vixion	333,211	135,742	153,128
Honda Cb150R	159,214	32,876	152,263
Kawasaki ninja	20,577	11,893	5,337
Yamaha Byson	27,375	5,641	6,725

Sumber: AISI, 2017

Jika dilihat dari tabel 1.1 mengenai data penjualan sepeda motor sport tahun 2014-2016. Ada ada nya persaingan antara Honda,Yamaha dan Kawasaki dari segi penjualan motor *sport* pada tahun 2014 hingga 2016. Yamaha Vixion lebih banyak terjual dibandingkan dengan Yamaha Byson, Pada tahun 2014 bahkan

Yamaha Byson hanya terjual sekitar 27,375 unit per tahunnya, Lalu bersamaan dengan adanya Honda CB 150 R, yamaha Byson hanya terjual sekitar 5,641 unit di tahun 2015, dan dengan ada Kawasaki ninja 150 R, yamaha Byson hanya terjual sekitar 6,725 unit di tahun 2016, Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Sehingga sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut dan pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba akan tercapai, Kualitas produk memiliki dampak langsung pada kinerja produk oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian dari konsumen, dalam arti sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai "bebas dari kerusakan", kualitas berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya ; termasuk keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki. Kualitas harus diukur dari segi persepsi atau tanggapan dari pembeli, kualitas merupakan peluang untuk bersaing (Kotler,2002).

Citra merek representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk pada benak konsumen berdasarkan informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut, Beragamnya jenis merek sepeda motor di pasar, Menimbulkan adanya persaingan merek pada perusahaan jenis otomotif

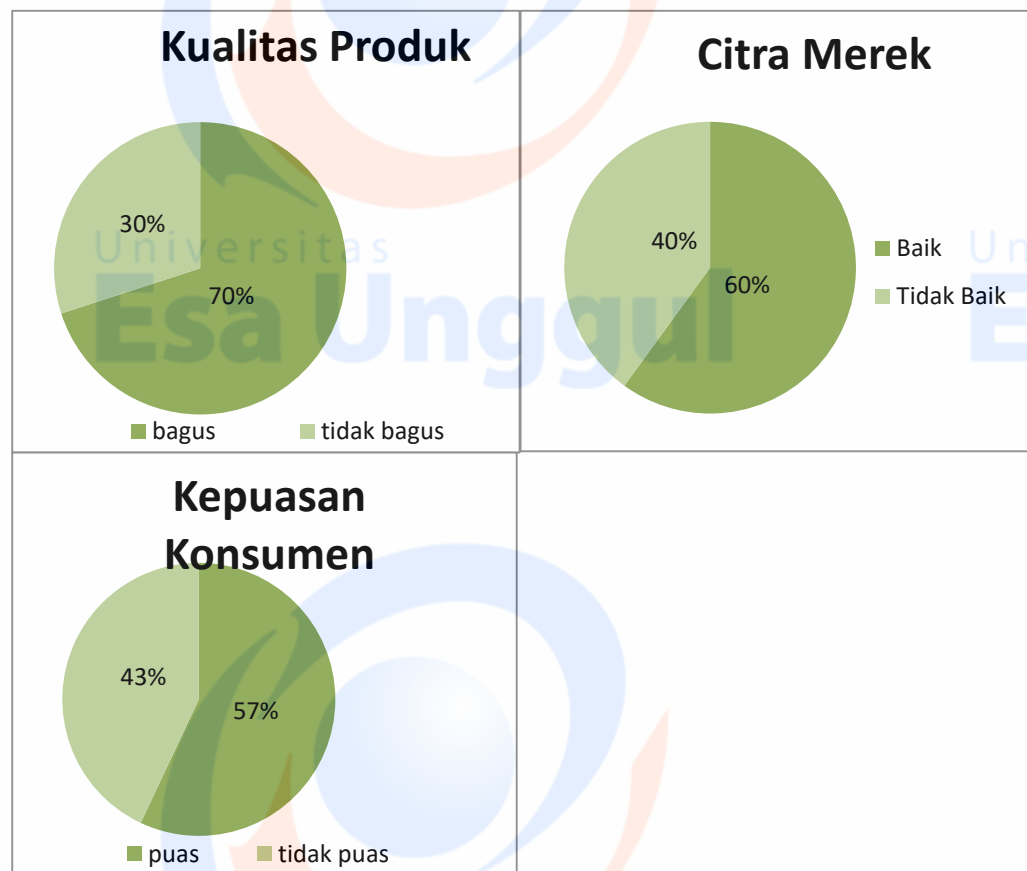
khususnya sepeda motor dan dapat dilihat dari top brand indeks motor sport di tahun 2014-2016 yamaha Vixion masih menjadi top market penjualan di setiap tahunnya sedangkan yamaha Byson mengalami penurunan di setiap tahun nya

Tabel 1.2
Top brand index motor sport 2014-2016

Merek	Tbi		
	2014	2015	2016
Yamaha vixion	27,8 %	21,5%	31,5%
Honda CB150R	15,7%	9,7%	5,9%
Honda megapro fi	14,7%	6,7%	7,1%
Kawasaki ninja	13,4%	15,6%	9,3%
Yamaha Byson	6,7%	5,4%	5,1%

Sumber :topbrandaward.index

Berdasarkan tabel 1.2 pada kategori sepeda motor sport Yamaha dengan merek Yamaha byson memiliki masalah di setiap tahunnya mengalami penurunan terhadap brand nya dari tahun 2014 memiliki top brand yang baik dengan nilai 6,7% n di tahun 2015-2016 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan nilai 5,4 % di tahun 2015 dan di tahun 2016 mengalami penurunan mencapai 5,1% bahkan tersusul oleh pesaingnya Yamaha vixion yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan di dalam brand nya. Dalam penelitian dilakukan pra survey pada tanggal 28 April 2017, Berikut ini adalah hasil data pra survei dari 30 responden dengan variabel kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan *konsumen* pada yamaha Byson.



Sumber: Data Olahan, 2017

Gambar 1.3
Hasil Pra Survei

Berdasarkan data dari pra survey terdapat 30 responden pada gambar 1.3 tersebut bahwa pada variabel Kualitas Produk bahwa Yamaha Byson 21 orang (70%), mengatakan Yamaha Byson memiliki Kualitas Produk yang bagus dan 9 orang (30%), mengatakan Yamaha Byson tidak memiliki kualitas produk yang bagus. 18 orang (60%) responden mengatakan Citra Merek Yamaha Byson baik dan 12 orang (40%), mengatakan Citra Merek Yamaha Byson tidak baik. 17 orang (57%), mengatakan puas terhadap Yamaha Byson, 13 Orang (43%), mengatakan tidak puas terhadap Yamaha Byson, Atas dasar keterangan dan uraian latar belakang masalah tersebut

maka peneliti dapat mengajukan sebuah judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Loyalitas Konsumen Yamaha Byson di Cengkareng Timur, Jakarta Barat”**.

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Banyak pesaing sepeda motor sehingga perusahaan harus lebih selektif dalam menentukan strateginya agar tetap bertahan dalam persaingan.
2. Kualitas produk yang kurang disukai oleh masyarakat mengakibatkan perusahaan harus menunjukkan ide terhadap Yamaha Byson.
3. Citra merek yang tidak begitu baik mengakibatkan perusahaan harus berpikir ulang untuk meningkatkan citra merek produk Yamaha Byson.
4. Kurangnya kepuasan konsumen pada produk Yamaha Byson sehingga konsumen masih berpikir untuk melakukan pembelian Yamaha Byson.

1.2.2. Pembatasan Masalah

1. Penulis membatasi masalahnya pada produk Yamaha Byson.
2. Penulis membatasi penelitian dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kualitas produk (x_1), dan citra merek (x_2) yang berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen yamaha Byson ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif citra merek terhadap Loyalitas Konsumen yamaha Byson ?
3. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yamaha motor Byson ?
4. Apakah terdapat pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan konsumen yamaha motor Byson ?
5. Apakah terdapat pengaruh positif Loyalitas Konsumen terhadap kepuasan konsumen yamaha motor byson ?

1.4. Tujuan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen yamaha Byson ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif citra merek terhadap Loyalitas Konsumen yamaha Byson ?
3. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yamaha motor Byson ?
4. Apakah terdapat pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan konsumen yamaha motor Byson ?
5. Apakah terdapat pengaruh positif Loyalitas Konsumen terhadap kepuasan konsumen yamaha motor byson ?

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan menghasilkan manfaat sebagai berikut:

1.5.1. Bagi Penulis

Mendapatkan pengalaman langsung tentang judul yang di analisis yaitu pengaruh kualitas produk dan citra merek.

1.5.2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan pemasaran khususnya yang menyangkut Loyalitas Konsumen yang berkaitan dengan dengan kualitas produk ,citra merek terhadap Loyalitas Konsumen pada produk motor yamaha Byson.

1.5.3. Bagi Pembaca

Sebagai kontribusi dan tambahan infotmasi dalam melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan masalah masalah penelitian.