BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, sepeda motor telah menjadi andalan utama transportasi masyarakat Indonesia. Bukan hanya kalangan menengah atas tetapi masyarakat biasa pun banyak yang sudah memiliki kendaraan roda dua ini sebagai kendaraan pribadi. Jenis kendaraan roda dua ini begitu diminati kerena dianggap mudah untuk berpergian dan mendukung aktivitas sehari-hari, semakin meningkatnya kemacetan di kota-kota besar menjadi faktor utama tingginya minat masyarakat untuk membeli sepeda motor, berapapun produksi yang dipasarkan oleh merek-merek terkenal yang saat ini menguasai pasar laris dibeli masyarakat. Bahkan ada tipe-tipe tertentu pesanannya melalui *indent* untuk beberapa bulan.

Industri sepeda motor di Indonesia saat ini menunjukkan suatu fenomena yang menarik. Saat perekonomian Indonesia melemah, para produsen sepeda motor yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tetap optimis dapat mampu meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Terbukti dari adanya Penjualan sepeda motor nasional pada bulan September 2013 mencapai 678,139 unit, atau sekitar 38,1% dibandingkan sebulan sebelumnya yang mencapai 490, 824 unit. Dengan pencapaian tersebut, penjualan sepeda motor pada bulan Januari – September 2013 mencapai 5.812.807 unit, atau sekitar 7,8% dibanding periode yang sama pada tahun 2012

sebanyak 5.391.122 unit. Berdasarkan data AISI, penjualan sepeda motor dari Januari - Oktober 2013 didominasi oleh sepeda motor jenis *matic* dengan penjualan mencapai 3.464.603 unit. Diposisi kedua sepeda motor jenis *underbone* dengan penjualan mencapai 1.347.552 unit. Sedangkan untuk segmen motor *sport* terjual sebanyak 800.652 unit .[1]

Besarnya ketersediaan dan permintaan sepeda motor terutama jenis *matic* di Indonesia ini karena sepeda motor *matic* merupakan alat transportasi yang mudah serta nyaman tanpa perlu ganti gigi dan tidak menggunakan kopling. Pada kenyataannya saat ini masyarakat sudah sangat menerima keberadaan motor *matic* meski awalnya banyak yang meragukan motor dengan transmisi otomatis ini, mulai dari khawatir soal perawatan, *sparepart* yang susah dijumpai, mahal dan tidak tahan banjir. Namun semua kekhawatiran ini tidak lagi dirasakan oleh pengguna sepeda motor *matic*, seiring dengan menjamurnya penjualan kendaraan jenis ini membuktikan bahwa motor *matic* merupakan kendaraan yang cocok untuk digunakan sebagai alat transportasi masyarakat Indonesia.

Ada beberapa faktor yang membuat industri sepeda motor di Indonesia mempunyai respon yang positif, salah satunya adalah kemudahan untuk memperoleh sepeda motor, dengan pembayaran uang muka sebesar Rp 500.000 seseorang sudah bisa memiliki dan membawa pulang motor baru dengan cara pembayaran melalui kredit. Faktor kedua yang mempengaruhi meningkatnya

---

[1] http://www.tempo.co/read/news/2013/11/13/122529370/Penjualan-Sepeda-Motor-Naik-54-Persen. Diakses 29 Januari 2014

sepeda motor adalah banyaknya lembaga-lembaga keuangan non-bank *(leasing)* yang menawarkan kemudahan bagi seseorang untuk membeli sepeda motor.

Salah satu perusahaan yang mengusai pangsa pasar penjualan sepeda motor di Indonesia adalah PT Astra Honda Motor, perusahaan ini bisa dibilang sebagai produsen terbesar dalam penjualan sepeda motor, terbukti dari hasil penjualan produk asal jepang ini masih memimpin pasaran otomotif terutama sepeda motor skutik berkontribusi dalam hal penjualan kendaraan bermotor sebesar 72,2 % terhadap total penjualan AHM dengan angka penjualan 319.996 unit di Indonesia pada tahun 2013. Sedangkan untuk Honda Vario Techno 125 PGM-FI memberikan kejutan bagi pihak AHM sendiri, yang sebelumnya pihak Honda menargetkan penjualan sebesar 70.000 unit dalam satu bulan pertama, namun dalam kenyataannya berhasil terjual melampaui target bulanan dengan rata-rata penjualan hampir 75.000 unit dalam 3 bulan terakhir sejak pertama kali dirilis pada bulan Maret tahun 2013.[2] Selain karena kualitas dan mutu yang terjamin, Vario Techno 125 PGM-FI memiliki performa tinggi dikelasnya dimana lebih hemat 30% pemakaian bahan bakar dibanding Vario sebelumnya, dengan teknologi mesin yang baru mampu menekan emisi gas buang secara drastis, serta dengan dilengkapi *fitur* fungsional yang lengkap, penyebaran sentra-sentra *service* dan kemudahan *sparepart* menjadi pemicu utama tingginya penjualan sepeda motor ini.

---

[2] http://www.astra-honda.com/index.php/berita/view/462. Diakses 17 Desember 2013

Gambar 1.1 Penjualan Motor Nasional

Gambar diatas menunjukkan bahwa selama tahun 2013 penjualan Honda Beat injeksi unggul hingga 41% atau 1.856.637 unit, sedangkan untuk Honda Vario Techno 125 PGM-FI meraih penjualan yang cukup tinggi yaitu mencapai 1.314.685 unit atau sekitar 29% dari total penjualan motor *matic* di Indonesia, Hal ini membuktikan bahwa Honda Vario Techno 125 PGM-FI menempatkan posisi kedua setelah Honda beat dan dinobatkan sebagai motor Honda paling populer disegmen *outomatic*.[3]

Besarnya kepercayaan masyarakat terhadap sepeda motor Honda ini menjadi pemacu semangat perusahaan untuk terus memberikan beragam tipe sepeda motor Honda yang terkenal memiliki keunggulan desain, performa,

[3] www.pertamax7.com Diakses 14 April 2014

maupun konsumsi BBM yang hemat untuk menjaga kestabilan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar sepeda motor.

Selain itu faktor harga sangat penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian, persoalan penetapan harga seakan menjadi perhatian sebagian besar konsumen dan perusahaan, jika harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan manfaat dan keinginan konsumen maka keberadaan sepeda motor ini dapat diterima masyarakat. Saat ini, PT Astra Honda Motor memproduksi sepeda motor dengan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produknya. Selain itu PT Astra Honda Motor memberikan kemudahan bagi konsumen seperti adanya potongan harga, hadiah-hadiah menarik, dan menerima pembelian sepeda motor dengan cara kredit dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menjadi salah satu mendorong masyarakat untuk membeli sepeda motor Honda sebagai alat transportasi.

Kualitas produk menjadi suatu faktor penentu konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sepeda motor, produk yang baik salah satunya di dukung oleh fitur produk, keawetan dan daya tahan suatu produk. Dengan semakin berkualitasnya suatu produk, maka konsumen akan merasa puas atas kinerja terhadap produk yang dibeli.

Dalam hal ini, PT Astra Honda Motor selaku produsen terbesar dalam hal penjualan otomotif selalu berupaya berinovasi terhadap jenis motor yang diciptakan dan memberikan kinerja pada produk yang benar-benar berkualitas serta layak untuk dibeli masyarakat. Dengan pengembangan produk yang

tangguh dan tetap terjaga kualitasnya maka akan timbul kepuasan konsumen terhadap produk sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI, reaksi ini akan timbul setelah konsumen membeli dan merasakan tentang produk yang dibelinya. Reaksi ini berupa reaksi positif ataupun negatif, Dikatakan reaksi positif ketika kualitas sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI melebihi ekspetasi sebelumnya atau melebihi harapan pelanggan maka yang terjadi konsumen akan membeli kembali tanpa ragu dan hal ini akan berdampak pada loyalitas yang ditimbulkan konsumen, ketika konsumen sudah loyal terhadap sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI mereka akan melakukan pembelian secara reguler dan mejadi pemasar yang efektif karena terjadinya *word of mouth* dilingkungan pemasar.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada seberapa besar pengaruh harga Honda Vario Techno 125 PGM-FI dengan kisaran harga 15, 6 jt dengan kualitas produk yang dimiliki seperti kelengkapan fitur dan keamanan serta kenyamanan bagi konsumen membuat sepeda motor ini banyak diminati masyarakat bukan hanya kalangan menengah keatas tetapi untuk semua kalangan, yang dapat mempengaruhi kepuasana serta kesetian konsumen setelah membeli sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.

Karena hal ini lah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN : STUDI PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TECHNO 125 PGM-FI DI KOTA TANGERANG.**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam kaitannya latar belakang diatas, penulis mengidentifikasikan beberapa permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Banyaknya sepeda motor merek lain yang memiliki harga lebih murah.

b. Tingginya persaingan pada penjualan sepeda motor di Indonesia.

2. Pembatasan Masalah

Atas dasar masalah-masalah tersebut diatas maka penulis dalam penelitian ini melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

a. Peneliti hanya membatasi tentang permasalahan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.

b. Populasi dalam penelitian ini dibatasi hanya pada seseorang yang sudah membeli sendiri dan menggunakan sendiri sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI?
4. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125PGM-FI?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125PGM-FI.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sepeda motor Honda Vario Techno 125 PGM-FI.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian adalah :

a. Bagi perusahaan

   Hasil penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Dengan harapan PT Astra Honda Motor mampu bersaing serta menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas agar pelanggan yang sudah ada merasa puas dan semakin loyal kepada perusahaan.

b. Bagi ilmu pengetahuan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas bagi para pembaca untuk lebih mengenal tentang pengaruh harga, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Maksud dari pembuatan sistematika penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran yang ringkas dan jelas, mengenai isi bab demi bab dan dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka pikir penelitian dan hipotesis sementara dari permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang pemaparan rancangan penelitian yang meliputi jenis penelitian, metode *sampling* dan pengumpulan data, populasi, definisi operasional variabel yang diteliti, prosedur pengolahan dan teknis analisis, serta alat-alat statistik yang digunakan.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai sejarah perusahaan dan karakteristik responden yang terdapat dalam kuisioner yang digunakan dalam penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian dan analisis hasil penelitian, baik secara deskriptif maupun pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya dengan menggunakan perangkat statistik.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat hasil analisis serta kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan. Bab ini juga berisi saran dan masukan serta impikasi manajerial dan arahan tentang penelitian lanjutan di masa mendatang.