

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya kehidupan modern masyarakat kota saat ini membawa konsekuensi berubahnya gaya hidup yang mereka jalani. Perubahan gaya hidup modern masyarakat kota dapat dilihat mulai dari aktifitas keseharian, interest, kebutuhan hidup, model yang dipakai bahkan kendaraan yang digunakan dan lain sebagainya sehingga membuat masyarakat kota saat ini merasa berketergantungan pada kendaraan untuk menjalani aktivitas sehari-harinya.

Pada saat ini kendaraan yang cocok untuk kondisi lalu lintas di kota Jakarta dan yang dapat menunjang aktivitas masyarakat secara efektif dan efisien adalah sepeda motor. Sepeda motor dipilih oleh masyarakat karena lalu lintas yang padat dan lebih mudah menerobos kemacetan. Hal-hal seperti itulah yang membuat perkembangan penjualan sepeda motor di Indonesia semakin meroket. Jumlah sepeda motor di Indonesia sudah mencapai kurang lebih 80 persen dari total seluruh kendaraan bermesin, termasuk roda empat dan angkutan umum. Data dari Badan Pusat Statistik Republik Indonesia menunjukkan peningkatan progresif jumlah kendaraan roda dua tersebut. Pada tahun 2010 jumlah kendaraan bermotor mencapai 61.078.188, sementara itu pada tahun 2011 jumlah sepeda motor mencapai angka 68.839.341 buah. Kemudian pada tahun 2012, mencapai angka 76.381.183 buah. Sepeda motor menjadi fenomena luar biasa karena dapat kita

lihat dari data diatas yang menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dari tahun ke tahun sepeda motor di Indonesia dengan jumlah peningkatan kurang lebih hingga 8 juta kendaraan per tahun.¹

Dengan meningkatnya pengguna sepeda motor setiap tahunnya, maka membuat hal tersebut juga diiringi dengan meningkatnya permintaan terhadap *spare part* sepeda motor, khususnya bagi *spare part racing*. *Spare part racing* motor menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengguna sepeda motor karena ada sebagian kalangan yang tidak puas terhadap performa kecepatan motor yang telah dimilikinya sehingga membuat mereka berkeinginan untuk menambah kecepatan mesin dengan mengganti spare part orisinil dengan *spare part racing*. Penggunaan *spare part racing* pada motor dapat meningkatkan performa motor agar lebih baik lagi dan cepat. Oleh karena itu, banyak dari pengguna sepeda motor yang kerap kali melakukan modifikasi – modifikasi spare part pada motornya dan hal ini menjadi hobi baru tersendiri bagi mereka.

TDR racing merupakan salah satu merek *spare part* ternama yang ada di Indonesia. Ada beberapa macam jenis produk *spare part racing* yang dimiliki mulai dari untuk meningkatkan performa rem hingga knalpot racing. Banyak masyarakat di Indonesia yang mencari *spare part* TDR Racing. Hal ini membuat merek dari TDR Racing ini menjadi semakin terkenal. Namun sekarang ini, TDR Racing mulai menghadapi persaingan yang sangat ketat karena mulai bermunculan beberapa kompetitor yang mulai memposisikan pasar sebagai pasar

¹http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&id_subyek=17¬ab=12

yang kompetitif. Hal ini berarti mengharuskan TDR Racing untuk selalu berinovasi dan mengembangkan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya.

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh citra merek untuk TDR Racing karena merupakan salah satu merek spare part yang memiliki produk-produk unggulan. Dari hasil pengamatan, TDR Racing terkenal sebagai merek spare part yang diakui memiliki kualitas bagus dibandingkan spare part racing merek lainnya. Dapat dilihat bahwa TDR Racing dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor nya tidak dengan menawarkan harga yang lebih murah, namun lebih menjual kualitas dengan mengutamakan kekuatan merek yang dimilikinya, sehingga memberikan keyakinan pada para konsumennya.

Pemasar harus selalu mendesign program pembangunan citra merek dalam aktivitas pemasaran dan melakukan kegiatan yang mendukung pemasaran guna memperkuat merek. Kekuatan merek menyangkut dalam dua hal yaitu kepuasan konsumen terhadap produk dan loyalitas konsumen terhadap produk. Seiring dengan perkembangan persaingan antar produsen spare part racing dengan berbagai macam keunggulan yang bertujuan untuk menaikkan volume penjualan, meraih kembali pasar yang telah menurun, dan untuk mempertahankan pasar yang telah diperolehnya adalah tantangan yang harus dihadapi.

Dipasar yang serba kompetitif seperti sekarang ini, merek mempunyai peranan penting bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Apalagi pemasaran dimasa yang akan datang lebih menjadi persaingan antar merek, yaitu persaingan

untuk merebut konsumen melalui merek. Selain itu, merek bukan hanya dianggap sebagai nama, logo ataupun symbol, melainkan merek merupakan nilai yang ditawarkan sebuah produk bagi konsumen yang memakainya. Penelitian ini difokuskan pada persepsi kualitas produk yang dirasakan konsumen menentukan loyalitas konsumen. Dengan demikian, bisa terlihat bahwa citra merek memiliki pengaruh yang lebih spesifik pada persepsi kualitas produk dan loyalitas konsumen.

Karena hal inilah maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK TDR RACING : STUDI PADA TOKO ZOOM MOTOR KEBON JERUK , JAKARTA BARAT.”**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Tingginya peningkatan terhadap sepeda motor di Indonesia setiap tahunnya membuat meningkatnya pula jumlah permintaan terhadap spare part motor. Hal tersebut membuat industri spare part motor menjadi semakin diminati pebisnis karena peluang pasar di industri ini cukup menjanjikan. Terbukti cukup banyak nama-nama spare part motor mulai bermunculan, dengan banyaknya merek spare part motor tentu membuat konsumen dapat lebih mudah memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Untuk itu,

konsumen akan semakin kritis dan semakin mempertimbangkan segala aspek mulai dari harga maupun kualitas, dan juga citra yang melekat pada merek.

Setiap perusahaan mengharapkan produk yang diproduksi memiliki citra yang positif yang akan memungkinkan konsumen untuk bersikap loyal terhadap merek tersebut. Demikian juga dengan TDR Racing sebagai merek spare part ternama di Indonesia. Loyalitas pada merek timbul karena konsumen merasa puas terhadap manfaat dan kualitas produk sehingga konsumen dapat mempersepsikan merek. Loyalitas merek juga menjadi indikasi adanya kekuatan merek dimata konsumen. Apakah dengan citra merek yang dimiliki loyalitas konsumen menjadi semakin meningkat atau sebaliknya.

Sesuai dengan penjabaran diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ilmiah ini adalah bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen TDR Racing.

2. Pembatasan Masalah

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

- a. Citra merek TDR racing.
- b. Peneliti hanya membatasi tentang permasalahan mengenai pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan, dan loyalitas konsumen pada TDR Racing.
- c. Populasi dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pembeli dan pengguna TDR Racing di toko Zoom Motor kebon jeruk, Jakarta Barat

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan di atas, maka penulis mengambil perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan konsumen TDR Racing?
2. Apakah terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap loyalitas konsumen TDR Racing?
3. Apakah terdapat pengaruh positif antara persepsi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen TDR Racing?

D. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan konsumen TDR Racing.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap loyalitas konsumen TDR Racing.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen TDR Racing.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian adalah :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan TDR Racing agar kedepannya mampu menjadikan produk TDR Racing bersaing serta menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas produknya sehingga pelanggan tetap menggunakan produk TDR Racing.

2. Bagi penulis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengalaman dari penulis, baik secara teori maupun secara praktek.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan tambahan wawasan dan pengetahuan yang berguna sebagai bahan referensi karena dilihat dari keadaan yang terjadi secara nyata dilapangan.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 3 bab yang saling terkait dan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan mengenai teori – teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka pikir penelitian, dan hipotesis sementara dari masalah yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI 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 data dan teknis analisis, alat-alat statistik yang digunakan, serta penelitian pendahuluan bagi penelitian ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai sejarah perusahaan dan karakteristik responden yang terdapat dalam kuesioner 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.