

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman modern sekarang ini transportasi adalah suatu kebutuhan yang sangat penting untuk masyarakat. Hal itu terjadi karena telah majunya jaman dan meningkatnya taraf hidup dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, adanya fenomena menarik di masyarakat, kebutuhan sekunder berkembang menjadi kebutuhan primer, kehidupan yang saling berlomba untuk menjadi yang terdepan adalah salah satu bentuk kemajuan kehidupan modern.

Perkembangan dunia teknologi kendaraan bermotor semakin pesat. Hal ini ditandai dengan saling bersaingnya antara masing-masing pemegang merk untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Dalam keadaan seperti ini, keputusan memilih merk turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Merek yang telah mapan biasanya dijadikan simbol sebagai suatu produk yang sukses, sehingga ekuitas merk turut berpengaruh terhadap kondisi emosial konsumen. Walaupun di pasar telah banyak muncul produk-produk yang sejenis terutama produk pesaing, tetapi semuanya itu akan tergantung dari ekuitas konsumen terhadap merk. Artinya jika konsumen telah memahami benar tentang merk yang diyakininya, maka kepribadian dibenak konsumen akan semakin kuat.

Persaingan bisnis dalam dunia transportasi telah berkembang sangat pesat. Hal ini membuat munculnya suatu peluang persaingan didalam dunia transportasi

berupa sepeda motor yang dimana produsen berlomba-lomba untuk memberikan suatu inovasi atau ide-ide baru di dalam dunia transportasi berupa desain yang elegan, suatu fitur yang menarik serta kekinian, mudah digunakan sehingga konsumen tertarik, merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut sehingga terciptanya kepuasan pelanggan terhadap suatu merek.

Dealer Yamaha adalah penyedia alat transportasi yang membawa desain dan kecanggihan fitur, serta menarik para konsumen yang berada di Indonesia dan di Negara lainnya. Memberikan kenyamanan pada saat mengendarai melalui desain yang modern dan teknologi yang canggih. Yamaha berfungsi sebagai penunjang kebutuhan transportasi masyarakat.

Dealer Yamaha telah berhasil mendirikan ribuan cabang di seluruh Indonesia untuk mempermudah para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan transportasi di era modern ini, sebelumnya Yamaha mengeluarkan sepeda motor yang sederhana dengan prinsip hanya untuk alat transportasi tetapi pada jaman sekarang Yamaha harus mengikuti era modern dalam menciptakan suatu inovasi dan kreasi agar masyarakat bisa tertarik untuk memiliki alat transportasi yang canggih, maka dari itu Yamaha mengeluarkan suatu produk yang sudah dilengkapi dengan fitur, kenyamanan yang maksimal yaitu sepeda motor Yamaha N-max.

Berikut tabel data penjualan Yamaha N-max :

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Yamaha N-max Bulan Januari - Juni 2018 di Indonesia**

Bulan	Jumlah (unit)
Januari	28.402
Februari	34.044
Maret	40.965
April	38.807
Mei	32.769
Juni	24.875
Total	199.862

Sumber:<https://www.iwanbanaran.com/2018/06/09/mei-2018-yamaha-nmax-155-sedikit-turun-honda-pcx150-naik-tipissss/>

Dari data penjualan tersebut diketahui bahwa Yamaha N-max mengalami penurunan mulai bulan April sampai bulan Juni tahun 2018, dilihat dari jumlah distribusi pada bulan Mei yang mencapai angka 32.769 unit, angka ini turun dibandingkan dengan bulan sebelumnya dimana bulan April tembus hingga 38.807 unit, penurunan distribusi ini kemungkinan untuk menyehatkan stok *dealer* agar bisa terserap dengan baik tanpa terjadi *over* stok, dan bulan Juni juga masih mengalami penurunan yaitu menjadi 24.875 unit karena libur lebaran yang lebih panjang dari biasanya sehingga mempengaruhi penjualan Yamaha N-max di tahun 2018. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penjualan Yamaha N-max mengalami penurunan pada bulan April sampai bulan Juni dikarenakan untuk menyehatkan stok *dealer* agar bisa terserap dengan baik tanpa terjadi *over* stok dan libur lebaran.

Beberapa hasil riset terdahulu ditemukan adanya perbedaan hasil peneliti, penelitian yang dilakukan Wijaya, Hartadi (2018) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasilnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sita Budiastuti (2012) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa hasil riset terdahulu ditemukan adanya perbedaan hasil peneliti, penelitian yang dilakukan Dennisa dan Santoso (2016) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Rivai dan Wahyudi (2017) juga menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hasilnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sita Budiastuti (2012) yang menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Beberapa hasil riset terdahulu ditemukan adanya perbedaan hasil peneliti, penelitian yang dilakukan Widyasari, Soliha, Wuryan, Damayanti (2017) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Resti, Soesanto (2016) juga menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hasilnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan Sulistiyanto, Soliha (2015) dan Mariadi dan Aima (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian singkat dari latar belakang masalah yang terjadi di atas maka peneliti mencoba membahas dan meneliti lebih jauh lagi tentang”

## **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha N-Max”**

### **1.2 Rumusan Masalah dan Pembatasan Masalah**

#### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max ?

#### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Menjaga agar permasalahan tidak terlalu luas maka diperlukan suatu pembatasan masalah agar pembahasan serta penarikan kesimpulan menjadi efektif dan efisien.

1. Penelitian ini berfokus pada kepuasan konsumen Yamaha N-max.
2. Variabel yang akan diteliti adalah kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kepuasan konsumen.

3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2020.
4. Populasi ini dilakukan di Kota Semarang.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max .
2. Untuk mengenai citra merek terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max.
3. Untuk menganalisis persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max .

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setelah mengetahui tujuan penelitian, maka diharapkan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max .

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Yamaha dalam menentukan strategi pemasarannya,

guna meningkatkan tingkat penjualan produknya dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.