

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Tingkat persaingan di dunia otomotif semakin ketat, khususnya persaingan sepeda motor. Terbukti dengan banyaknya perusahaan- perusahaan otomotif yang memasarkan produknya di Indonesia seperti: Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, TVS, dan lain- lain. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi cermat dan pintar dalam memilih produk yang akan dibelinya.

Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Sepeda motor adalah sarana transportasi roda dua yang menjadi primadona bagi para pengguna jalan khususnya di wilayah Bengkong, Kota Batam. Hal ini bukan karena sepeda motor irit bahan bakar, tetapi juga cocok untuk kondisi jalanan yang relatif tidak bertambah. Dengan sepeda motor, mobilitas masyarakat pun tinggi. Mereka bisa pergi kemana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum yang semakin tinggi.

Berikut adalah penjualan sepeda motor di Indonesia periode tahun 2016-2017:

Tabel 1.1. Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016- 2017

MEREK	TAHUN	
	2016	2017
Honda	4380.888 unit	4385.888 unit
Yamaha	1394.078 unit	1348.211 unit
Kawasaki	97.622 unit	78.637 unit
Suzuki	56.824 unit	72.191 unit
TVS	1837 unit	1176 unit
Total	5931.285 unit	5886.103 unit

Sumber: Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2017

Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2017 beberapa pabrikan mengalami penurunan. Honda menjadi pabrikan yang belum pernah lengser menempati urutan teratas data penjualan sepeda motor. Kemudian Yamaha juga masih menempati posisi kedua dimana penjualan dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami penurunan, dengan penurunan penjualan sebesar 45.867 unit. Kondisi ini membuat produsen semakin meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk- produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar.

Dalam proses penyampaian produk kepada konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan sebagai tolak ukur oleh setiap perusahaan. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang benar- benar dibutuhkan oleh konsumen. Perusahaan harus mampu mengenal apa saja yang akan menjadi kebutuhan dan harapan konsumen pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam

menempatkan atau membeli barang telah melalui proses- proses terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik dari iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk antara merek yang satu dengan merek yang lain sampai akhirnya memutuskan untuk membeli produk.

Dengan banyaknya perusahaan otomotif di Indonesia, maka konsumen akan lebih selektif lagi dalam menentukan merek sepeda motor yang akan digunakan sebagai alat transportasi. Munculnya produsen sepeda motor dari Cina semakin memperketat persaingan industri sepeda motor di Indonesia, namun hingga saat ini sepeda motor Jepang tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia, karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya. Keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merek sepeda motor memerlukan banyak pertimbangan misalnya, kualitas produk dan harga. Berikut adalah daftar produk dan harga sepeda motor Yamaha:

Tabel 1.2. Daftar Produk Dan Harga Sepeda Motor Yamaha

NO	MODEL DAN TIPE PRODUK	HARGA PRODUK
1	NEW MIO M3 SP	Rp 15.155.000
2	NEW MIO M3 CW	Rp 15.715.000
3	NEW MIOM3 AKS SSS	Rp 16.615.000
4	NEW MIO Z	Rp 16.115.000
5	MIO S	Rp 16.265.000
6	FINO GRANDE	Rp 19.571.000
7	FINO SPORTY125	Rp 18.271.000
8	FINO PREMIUM 125	Rp 18.421.000
9	ALL NEW VI-IXION	Rp 26.890.000
10	ALL NEW VI-IXION GP	Rp 27.590.000
11	ALL NEW VI-IXION (R)	Rp 26.690.000
12	R 15 155 VVA	Rp 35.910.500
13	R 15 155 VVA GP	Rp 36.510.500
14	R 15	Rp 31.931.500
15	XABRE	Rp 31.415.500
16	BYSON FI	Rp 23.552.000

17	MT 25	Rp 48.595.000
18	JUPITER Z FI	Rp 16.888.000
19	JUPITER Z CW FI	Rp 17.662.000
20	VEGA FORCE SW	Rp 15.598.000
21	VEGA FORCE CW	Rp 16.498.000
22	ALL NEW SOUL GT AKS	Rp 17.976.000
23	ALL NEW SOUL GT AKS SSS	Rp 18.376.000
24	X-RIDE	Rp 16.342.000
25	ALL NEW X-RIDE 125	Rp 17.862.000
26	NMAX	Rp 27.437.000
27	NMAX ABS	Rp 31.337.000
28	AEROX 155 VVA (S)	Rp 28.843.000
29	AEROX 155 VVA (R)	Rp 25.993.000
30	AEROX 155 VVA	Rp 24.693.000
31	AEROX 155 VVA GP	Rp 25.693.000
32	XMAX	Rp 59.028.000
33	MX KING 150	Rp 22.258.000
34	MX KING 150- GP	Rp 22.788.000

Sumber : Bagian Administrasi PT Alfa Scorpii Bengkong, Batam, 2018

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun dalam penelitian ini dianalisis melalui variabel produk, harga dan kualitas pelayanan. Menurut Gunawan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk yang dipasarkan termasuk di dalamnya barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, perorangan, tempat, properti, organisasi, informasi, dan buah pikiran/ide konsumen (Tristiana & Mashariono, 2016).

Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, tempat, organisasi, dan gagasan. Menurut Kotler dan Keller definisi tentang produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau semua kebutuhan. Perkembangan kualitas produk didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan faktor-faktor lainnya.

Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan nama perusahaan melalui kualitas dari produk yang dihasilkan (Muzayanah & Sugiyono, 2017).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat berubah secara tepat, yang menunjukkan dengan karakteristik dari produk atau komitmen terhadap saluran distribusi yang tidak dapat berubah secara mudah dan cepat karena biasanya menyangkut kebutuhan jangka panjang (Maimunah & Djawoto, 2017). Keputusan tentang harga jual mempunyai implikasi yang cukup luas bagi perusahaan dan bagi para konsumen. Karena jika harga produk terlalu tinggi maka akan mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat. Begitu juga sebaliknya harga yang terlalu rendah akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan terutama saat biaya meningkat. Harga dapat dikatakan sebagai perbandingan antara nilai uang yang dikeluarkan dari jumlah barang yang dibeli. Jumlah uang yang digunakan di dalam pertukaran tersebut dapat mencerminkan tingkat harga pada suatu barang.

Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Konsumen tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang

ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen (Ofela & Agustin, 2016).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (mengemukakan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat di rangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi : Keandalan (*Reliability*); Daya tanggap (*Responsiveness*); Jaminan (*Assurance*); Bukti fisik (*Tangible*); Empati (*empathy*) (Ofela & Agustin, 2016).

Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2009: 138). Puas tidaknya konsumen diketahui setelah melakukan transaksi, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan konsumen. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

PT Alfa Scorpii adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif sepeda motor bermerek dagang YAMAHA seperti New Vixion R, Mio Soul GT, Fino, Scorpio, Mio S, NMAX dan Jupiter Z yang didirikan dan memulai aktivitas tanggal 12 Maret 2012. Berikut adalah data penjualan PT Alfa Scorpii:

Tabel 1.3. Data Penjualan Unit Motor Tahun 2016-2017

Bulan	Penjualan	
	2016	2017
Januari	127	112
Februari	122	107
Maret	131	109
April	128	107
Mei	110	101
Juni	104	98
Juli	117	112
Agustus	105	101
September	115	106
Oktober	113	107
Jumlah	1172	1060

Sumber : Bagian Administrasi PT Alfa Scorpii Batam, 2018

Tabel 1.3. menunjukkan penurunan penjualan unit sepeda motor yang signifikan pada tahun 2016 sampai dengan bulan oktober 2017. PT Alfa Scorpii dapat menjual 1172 unit sepeda motor pada tahun 2016 tetapi pada bulan oktober 2017 PT Alfa Scorpii hanya dapat menjual 1060 unit sepeda motor. Hal ini menunjukkan adanya penurunan penjualan dari tahun 2016-2017 sebesar 112 unit sepeda motor. Menurunnya penjualan sepeda motor dari bulan ke bulan terdapat indikasi belum optimalnya kinerja dari karyawan PT Alfa Scorpii yaitu kurangnya pelayanan, persaingan harga dan tersainginya produk dari kompetitor. Masalah ini terutama dialami oleh karyawan bagian *marketing* yang menangani pemasaran sepeda motor serta karyawan staff lainnya. Menurunnya pengaruh marketing dalam menarik minat konsumen menyebabkan terhambatnya kegiatan operasional

perusahaan dan kurang puas nya konsumen sehingga memilih merek sepeda motor lain.

Honda ataupun Yamaha sama-sama memiliki produk unggulan di semua segmen baik itu motor matik, motor bebek ataupun motor *sport*. Di kelas motor matik Honda dikenal oleh masyarakat memiliki model yang lebih hemat bahan bakar, entah itu hanya *image* atau memang kenyataan namun faktanya banyak konsumen Indonesia yang lebih banyak membeli skuter Honda karena faktor efisien Bahan Bakar Minyak. Sedangkan untuk motor matik Yamaha dikenal memiliki desain lebih atraktif dan lincah bermanuver. Beberapa skuter yang menjadi andalan diantaranya Yamaha Mio dengan Honda Beat, Honda Vario dan Yamaha Xeon, Honda Scoopy dan Yamaha Fino serta Honda PCX dengan Yamaha NMAX dan saat ini Yamaha punya NVX untuk bersaing dengan Vario 150.

Motor bebek Honda tetap dianggap hemat bahan bakar daripada milik Yamaha walaupun sebenarnya memiliki selisih angka yang tidak jauh berbeda. Namun lagi-lagi untuk urusan desain Yamaha sedikit diunggulkan contoh nya Jupiter Z1 ataupun Yamaha MX King. Sedangkan untuk Honda ada nama Honda Supra X atau yang sekarang ganti menjadi Supra GTR dan Honda Sonic 150. Sedangkan pada tipe motor sport bisa dikatakan keduanya nyaris seimbang baik dari segi desain maupun akselerasinya. Baik motor sport kelas 150 cc maupun 250 cc milik dua pabrikan tersebut sama-sama mengadopsi desain dan juga teknologi MotoGP, misalnya saja Yamaha R15 dengan Honda CBR150R dan Yamaha Vixion dengan Honda CB150R StreetFire.

Tabel 1.4. Perbandingan Harga Produk Yamaha dan Honda

TIPE PRODUK	YAMAHA	HONDA
Matic	MIO M3 SP (Rp 15.155.000)	BEAT ESP CW (Rp 15.405.000)
	NEW FINO PREMIUM (Rp 18.421.000)	SCOOPY F1 (Rp 17.640.000)
	ALL NEW SOUL GT AKS (Rp 17.976.000)	VARIO 110 CBS STD (Rp 16.645.00)
	NMAX (Rp 27.437.000)	PCX (Rp 27.849.000)
	NMAX ABS (Rp 31.337.000)	PCX ABS (Rp 30.604.000)
Bebek	VEGA FOCE CW (Rp 16.498.000)	REVO FIT F1 (Rp 13.855.000)
	VEGA FORCE SW (Rp 15.598.000)	REVO X (Rp 15.400.000)
Sport	ALL NEW VIXION (Rp 26.890.000)	CB150R (Rp 25.000.000)
	BYSON F1 (Rp 23.552.000)	CBR150 STD (Rp 33.786.00)

Sumber : Bagian Administrasi PT Alfa Scorpii Batam dan Capella Honda, 2018

Berdasarkan tabel perbandingan harga diatas dapat kita ketahui bahwa harga produk Yamaha lebih mahal dibanding dengan produk Honda pada berbagai tipe produk. Hal ini mengakibatkan kosumen dalam memilih merek sepeda motor yang akan dibeli tentu akan lebih bijaksana lagi apakah harga yang mahal sesuai dengan kualitas produk.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah salah satu cara untuk membangun dan mempererat hubungan baik dengan pelanggan. Perusahaan harus tahu bagaimana tata cara melayani kosumen dengan baik agar jasa yang ditawarkan kepada mereka menjadi lebih menarik sehingga pelanggan menjadi

tertarik untuk menggunakan jasa yang telah ditawarkan. Fasilitas yang diberikan PT Alfa Scorpii kurang memuaskan pelanggan. Dimulai dengan penyambutan oleh *counter service* yang kurang bersikap ramah kepada konsumen, apalagi ketika konsumen menanyakan tentang produk dan harga sepeda motor. Ruang tunggu pelanggan cukup sempit dan tempat duduk nya kurang banyak, dan AC (pendingin ruangan) nya kurang dingin. Dalam menciptakan rasa kepuasan dalam diri pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri.

Konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan tidak akan berpindah ketempat lain, bahkan ikut mempromosikan tersebut kepada saudara atau teman, calon konsumen lain untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Kepercayaan adalah ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan. Membangun kepercayaan terhadap konsumen bukanlah hal yang mudah dalam kondisi persaingan jasa dikarenakan perusahaan tersebut dikenal dan telah memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat, kejujuran para karyawannya serta mampu menepati janji, adanya bentuk perhatian dan motivasi dari pihak perusahaan yang dapat dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen yang mempercayai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor PT Alfa Scorpii”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Menurunnya penjualan sepeda motor Yamaha.
2. Banyaknya kompetitor di dunia otomotif saat ini.
3. Sepeda motor Honda memiliki keunggulan lebih efisien bahan bakar dibanding Yamaha.
4. Harga sepeda motor Yamaha pada berbagai tipe lebih mahal dibanding Honda.
5. Kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal.
6. *Counter service* kurang bersikap ramah kepada konsumen.
7. Ruang tunggu pelanggan cukup sempit dan tempat duduk nya kurang banyak.

1.3. Batasan Masalah

Supaya penelitian lebih terfokus, permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini dilakukan di PT Alfa Scorpii Batam cabang Bengkong.
2. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan.
3. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.
4. Merek sepeda motor yang akan diteliti adalah Yamaha.
5. Responden pada penelitian ini adalah konsumen PT Alfa Scorpii Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam?
4. Apakah produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Secara spesifik, tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan referensi bagi yang berminat untuk memperdalam masalah kepuasan konsumen.
2. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berguna bagi peneliti untuk dapat berfikir secara analisis dan dinamis dimasa yang akan datang.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Alfa Scorpii Batam

Manfaat bagi objek penelitian, yaitu:

- a. Dapat menjadikan dan menghasilkan masukan atau solusi dalam meningkatkan tujuan perusahaan melalui kinerja karyawan yang menjadi tolak ukur yang paling berpengaruh dalam tingkat pencapaian hasil yang maksimal dan dijadikan bahan masukan bagi pihak manajemen PT Alfa Scorpii Batam.

2. Bagi Universitas Putera Batam

- a. Menambah ilmu dan wawasan akademis dan pengaturan serta pengolahan dalam bidang sumber daya manusia di sebuah perusahaan dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahaan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, serta dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia kerja.