

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi kegiatan perekonomian saat ini memerlukan usaha yang serius dalam mendapatkan pasar. Dalam usaha mendapatkan bagian pasar maka diperlukan strategi-strategi pemasaran, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang mengarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, karena pemasaran suatu jembatan pemindahan pertukaran atau pemindahan barang dan jasa pada suatu perusahaan.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting terhadap perusahaan itu sendiri, oleh sebab itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Pada umumnya masyarakat sering menyamakan pemasaran dengan penjualan. Pemikiran ini terlalu sempit karena penjualan hanya satu dari beberapa aspek yang ada pada pemasaran.

Konsep pemasaran pada dewasa ini menganggap bahwa meningkatkan penjualan dan laba perusahaan belumlah cukup, para pemasar produk maupun jasa harus fokus untuk membuat pelanggan merasa puas sehingga loyal terhadap apa yang dimiliki oleh perusahaan yang menawarkan produk maupun jasanya.

Perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai dan kegunaan yang lebih terhadap konsumen, sehingga produk yang ditawarkan tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas menjadi salah satu faktor pertimbangan terhadap konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen sehingga bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan dan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Pada umumnya perusahaan harus menyadari dan mempercayai adanya hubungan langsung antara kualitas produk terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) yang pada akhirnya akan meningkatkan raihan pangsa pasar (*market share*) di pasar sasaran. Keberadaan kepuasan pelanggan pada

perusahaan merupakan sebuah variabel yang sangat penting dan menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan konsumen terhadap kinerja produk dan harapan pelanggan. Konsumen adalah pihak yang memaksimalkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut. Pelanggan akan membeli di perusahaan yang mereka anggap memberikan nilai bagi pelanggan (*customer value*) yang tertinggi. Ini berarti bahwa para penjual harus menentukan total bagi konsumen dan total biaya bagi konsumen yang ditawarkan oleh masing-masing pesaing untuk mengetahui posisi tawaran mereka sendiri.

Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas produk yang memuaskan. Pelanggan yang telah mencapai kepuasan sangat memungkinkan sekali untuk memberitahukan kepada teman, rekan maupun orang lain akan pengalaman yang mereka dapatkan tentang produk atau jasa perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang akan memberikan keunggulan pada *customer value*. *Customer value* merupakan nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk/jasa perusahaan yang ditawarkan kepadanya.

Dalam dunia usaha khususnya industri otomotif keberhasilan suatu perusahaan dalam pencapaian sasaran yang telah ditetapkan baik jangka pendek maupun jangka panjang, ditentukan oleh efisiensi dan efektifitas

masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan. Masing-masing bagian tersebut harus dikelola dengan sebaik mungkin karena perusahaan merupakan suatu sistem yang tergantung pada bagian-bagian yang saling terkait satu sama lain dan saling mempengaruhi. Apabila terjadi ketimpangan salah satu hal atau beberapa bagian, maka sasaran yang direncanakan tidak akan tercapai.

Di Gorontalo khususnya perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif sangatlah pesat, hal ini dilihat dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat pada saat ini. Khususnya industri sepeda motor sangatlah nampak perkembangannya, sepeda motor lahir dengan berbagai model, tipe, warna dan spesifikasi lainnya. Semua ini sejalan dengan meningkatnya aktivitas penduduk di berbagai aspek. Hal ini menunjukkan bahwa dalam industri sepeda motor mengalami persaingan yang sangat ketat, masalah tersebut di satu sisi merupakan ancaman (*thrents*), tetapi di sisi lain merupakan peluang (*opportunity*) bisnis baru.

Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat. Kondisi ini membuat produsen semakin meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Sepeda motor adalah sarana transportasi roda dua yang menjadi primadona para pengguna jalan khususnya di kota Gorontalo. Hal ini bukan karena sepeda motor irit bahan bakar, tetapi juga cocok untuk kondisi jalanan yang relatif tidak bertambah. Dengan sepeda motor,

mobilitas masyarakatpun tinggi, mereka bisa pergi ke mana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan.

PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa sebagai salah satu perusahaan otomotif yang berada di kota Gorontalo, yang terletak di Jln. Panjaitan Kota Gorontalo. PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa menawarkan berbagai macam produk Sepeda Motor Honda yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sepeda Motor Honda juga dikenal karena memiliki banyak jenis pilihan pada produk yang mereka hasilkan. Hal ini tentu memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk bisa memilih jenis kendaraan mereka butuhkan demi mendapatkan efisiensi dan efektivitas. Kualitas produk Motor Honda menjadi salah satu faktor pertimbangan untuk konsumen sebelum membeli suatu produk. Untuk kualitas produk sendiri Motor Honda selain dikenal sebagai motor yang irit, juga mempunyai suku cadang yang awet. Salah satunya Motor Matic Honda Vario Techno Cbs 125cc merupakan Motor Matic yang mempunyai mesin injeksi dan mempunyai tuas rem ditangan kiri dan kanan yang diproduksi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Motor Matic dikalangan masyarakat sangat membantu untuk aktifitas sehari-hari, karena Motor Matic bisa menghindari kemacetan dijalanan. Namun disisi lain Motor Matic Honda Vario Techno Cbs 125cc dimata masyarakat harganya sangat tinggi, bodinya kurang rampingsehingga motor terasa berat jika dikendarai serta desain grafis yang kurang menarik. Sehingga masyarakat

sekarang ini terutama kaum anak muda yang lebih menonjol memilih tipe Motor Matic jenis lainnya.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul :***“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sepeda Motor Honda Vario Techno Cbs 125cc Di PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Cabang Gorontalo.***

1.2 Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan latar belakang di atas dalam hal ini penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang timbul antara lain : Motor Matic Honda Vario Techno Cbs 125cc yang harganya sangat tinggi dimata masyarakat, bodinya yang kurang ramping sehingga terasa berat jika dikendarai, serta desain grafis yang kurang menarik dimata masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut : Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sepeda Motor Honda Vario Techno Cbs 125cc Di PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Cabang Gorontalo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

pada Sepeda Motor Honda Vario Techno Cbs 125cc Di PT. Putra Sulawesi Perkasa Sejati Cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pelaksanaan dan hasil penelitian ini terdiri dari :

1.5.1. Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini adalah diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan konsep atau ilmu tentang manajemen pemasaran.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Putra Sulawesi Sejati Perkasa Cabang Gorontalo selaku produsen sepeda Motor Honda dalam mengelola usaha terutama lebih mengetahui sikap pelanggan dan lebih meningkatkan kualitas produk.