

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, dan perusahaan juga harus mencari informasi mengenai apa yang diharapkan oleh konsumen dari suatu produk dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu cara untuk tetap dapat bersaing adalah dengan membentuk strategi pemasaran yang efektif untuk menggaet konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Dengan begitu, para pengusaha dituntut untuk dapat menarik minat konsumen kemudian mempertahankannya sebagai konsumen yang loyal terhadap produk perusahaan.

Untuk Memiliki konsumen yang loyal sangat sulit bagi perusahaan mempertahankan atau mencari pelanggan yang loyal karena perubahan-perubahan yang cepat pada teknologi. Selain itu, pelanggan yang loyal lebih melihat dari beberapa aspek yaitu merek,ekonomi,fungsi dan desain. Dimana merek di sini menjadi bahan pertimbangan dari setiap pelanggan untuk memilih merek-merek yang tertentu dan banyak di minati oleh konsumen. Sedangkan di lihat dari aspek ekonomi itu sendiri tidak banyak orang yang mampu untuk memiliki suatu produk yang di inginkan mengingat adanya kurang mampu atau ekonominya lemah dalam membeli suatu produk yang di inginkan,karena konsumen dalam membeli suatu produk yang di tawarkan oleh perusahaan juga banyak di pengaruhi oleh harga yang di terapkan oleh perusahaan.

Faktor lain yang berpengaruh dalam loyalitas pelanggan adalah desain produk. Masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius, karena sasaran konsumen yang di tuju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah

desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Anggipora 2002). Mengingat perkembangan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam terhadap desain produk, maka harus di perhatikan desain produk motor Suzuki Fu, agar tidak termakan zaman. Untuk mempertahankan eksistensi produk motor Suzuki Fu ini di pasaran, Perusahaan harus bisa memperhatikan tentang desain tersebut untuk menarik dan mempertahankan pelanggan/konsumen. Hasil penjualan data leasing 2015 pada PT.SGM Gorontalo bisa kita lihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Table 1.1
Penjualan Sepeda Motor Suzuki FU
PT.SGM Cabang Gorontalo
Tahun 2013-2015

Tahun	Bulan												Ttl
	Jan	Feb	Mart	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	
2013	11	9	13	8	12	12	9	4	6	12	11	12	119
2014	10	13	8	5	8	10	14	6	9	5	8	21	117
2015	12	12	13	8	10	15	14	3	6	3	11	18	125
Total													361

Sumber: PT.SGM Gorontalo 2016

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa tingkat pembelian terhadap sepeda motor Suzuki di PT.SGM cabang gorontalo khususnya untuk Suzuki FU penjualannya Fluktuatif atau tidak stabil, hal ini dapat menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan jika di biarkan dapat merugikan perusahaan tersebut. Dengan adanya persaingan industry otomotif (motor) yang semakin ketat hal ini dapat menyebabkan konsumen tidak loyal dalam menggunakan suatu produk. Selain itu, faktor yang mempengaruhi fluktuasi dari hasil penjualan PT.SGM untuk produk motor Suzuki FU yaitu di lihat dari segi peminatnya. Dimana dari sebagian besar peminat motor Suzuki FU itu hanya dari kalangan remaja, sedangkan yang kita ketahui untuk pengguna kendaraan roda dua ini tidak hanya dari kalangan remaja melainkan semua kalangan juga

mempunyai alat transportasi. Selain itu, di lihat dari segi desain produk motor Suzuki FU ini banyak yang menyaingi dan bahkan menyamai desain dan fitur dari motor Suzuki FU dengan kendaraan lainnya yang menyebabkan konsumen sulit untuk menentukan produk mana yang akan di gunakan. (Subroto 2009) mengatakan bahwa di bidang teknologi, apapun akan terjadi. Ketika kekuatan dan kemajuan teknologi datang dengan tiba-tiba, pasar dan pesaing apapun akan bisa tumbang sesaat, sekuat apapun merek suatu produksi di pasar dan sejauh apapun posisinya saat ini di bandingkan pesaing terdekat, jangan pernah lengah. ketika posisi di pertahankan sekedarnya (atau bahkan tidak di lihat usaha apapun untuk mempertahankan), suatu saat keunggulan merek akan tumbang dan merek lain yang lebih agresif siap menggantikan pemimpin pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Desain Produk Motor Suzuki FU Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT.Sinar Galesong Mandiri”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya perkembangan persaingan perusahaan industri otomotif (motor) yang semakin ketat sehingga menyebabkan konsumen tidak loyal dalam menggunakan suatu produk.
2. Kompetitor lain yang memiliki desain yang serupa dengan motor Suzuki FU sehingga menyebabkan konsumen sulit untuk menentukan produk yang akan di gunakannya.
3. Persaingan harga antara dealer-dealer motor khususnya dealer motor di Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Desain Produk Motor Suzuki FU memiliki pengaruh secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT.SGM Gorontalo”?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini di maksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apakah Desain Produk Motor Suzuki FU memiliki pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas di PT.SGM Gorontalo.”

1.5 Manfaat Penelitian

Setelah penelitian di lakukan dengan prosedur, dan tujuan penelitian telah tercapai peneliti berharap ada manfaat yang dapat di peroleh.manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang di peroleh di dalam perkuliahan dengan praktek sesungguhnya di lapangan dan sebagai salah satu syarat untuk menempuh strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Negeri Gorontalo.

2. Bagi perusahaan

Manfaat yang bisa di ambil oleh PT.SGM cabang gorontalo adalah sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

3. Bagi penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan Desain, Fitur Produk dan Loyalitas Pelanggan.