

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis kian dinamis dengan perkembangan teknologi dan informasi, serta tumbuhnya beragam usaha di berbagai sektor. Pemasar yang akan menjual produknya berupa barang/jasa agar bisa memenangkan persaingan harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik (*a better consumer's value*) dari pada pesaingnya. Pemasar harus mampu mempengaruhi konsumen khususnya perilaku dari konsumen yang pada dasarnya berbeda-beda dengan banyak cara agar konsumen dapat membeli produk yang ditawarkan oleh pemasar, karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya.

Salah satu cara untuk menjaga keseimbangan pangsa pasar perusahaan adalah dengan memprioritaskan kepuasan konsumen hingga akhirnya konsumen loyal terhadap produk yang di tawarkan dan konsumen akan bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus paham terhadap hal-hal apa saja yang di anggap penting oleh konsumen dalam hal ini desain dari produk yang dibuat harus dapat semenarik mungkin agar dapat menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan konsumennya.

Kepuasan konsumen harus dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan kesetiaan terhadap produk. Bila konsumen memperoleh kepuasan dari pembeliannya akan suatu produk maka hal tersebut

akan menciptakan sikap positif terhadap produk tersebut sehingga konsumen akan setia terhadap merek produk tertentu yang dirasa cocok dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dalam hal penjualan sepeda motor konsumen akan merasa puas apabila sepeda motor mempunyai mesin yang tangguh, *style* yang bagus dan lain-lain.

Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan kepuasan konsumen karena sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang puas sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya. Imbalan dari kepuasan bersifat jangka panjang dan kumulatif. Sebagai usaha untuk mendapatkan konsumen yang puas, maka produsen dari yamaha harus menyusun strategi yang lebih akurat, di antaranya adalah dengan terus berinovasi terhadap desain produk yang akan ditawarkan di pasaran serta mengetahui posisi pesaing dan memperkirakan besarnya pangsa pasar.

Sebuah perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami apa yang diinginkan konsumen. Perusahaan juga harus mengetahui informasi yang diharapkan oleh konsumen dari suatu produk tersebut dengan demikian perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang diinginkan oleh konsumen. perusahaan perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk tertentu. Sehingga perusahaan dapat mengetahui puas atau tidaknya konsumen dalam menggunakan produk yang ditawarkan, karena dalam

hal ini konsumen sangat berperan penting dalam kelangsungan produk yang di keluarkan perusahaan di pasaran.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemberian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut atau (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya, dalam hal ini adalah produk sepeda motor.

Sepeda motor merupakan kendaraan kelas menengah, tidak terlalu tradisional seperti sepeda dan tidak terlalu mahal seperti mobil. Sepeda motor termasuk kendaraan yang harganya cukup terjangkau oleh masyarakat Indonesia. Apalagi dengan maraknya penawaran kredit sepeda motor oleh dealer sepeda motor yang semakin memudahkan peminat sepeda motor untuk memiliki kendaraan roda dua ini. Tak heran jumlah pengendara sepeda motor semakin meningkat dari tahun ke tahun. Fakta semakin meningkatnya penggunaan sepeda

motor menunjukkan bahwa sepeda motor masih menjadi alat transportasi nomor satu di Indonesia.

Sepeda motor digunakan mulai dari masyarakat kalangan kelas bawah sampai kalangan kelas atas. Apalagi dengan munculnya sepeda motor matik yang semakin memperluas cakupan pengguna sepeda motor oleh semua kalangan karena di desain dengan model yang *stylish*. Sepeda motor masih mentahbiskan diri sebagai kendaraan ‘rakyat’ versi masyarakat Indonesia di era modern.

Kelebihan sepeda motor tersebut bukan berarti tak mengandung bahaya, Pengendara sepeda motor rawan terserempet kendaraan yang lebih besar seperti mobil atau bus, oleh karena itu motor memiliki model yang tidaka terlalu besar, sehingtak sedikit kecelakaan lalu lintas yang terjadi karena ketidakhati-hatian pengendara sepeda motor. Di gorontalo khususnya perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif sangatlah pesat, sehingga dalam memilih produk konsumen tentu saja akan di pengaruhi oleh desain produk dengan piilhan yang berbeda-beda karena desain dengan unik, model yang *stylish* dan warna yang menarik yang kemudian memunculkan rasa kepuasan tersendiri kepada konsumen yang pada akhirnya menjadi puas terhadap produk yang di tawarkan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di antaranya adalah desain Produk, karena desain produk yang bagus dan inovatif mampu memberikan kepuasan tersendiri terhadap kosumen dari sepeda motor. Kriteria dasin produk yang sering menajdi acuan untuk menimbulkan rasa puas terhadap konsumen yang paling penting adalah body warna dan mesin dari dasain sepeda motor tersebut.

Yamaha Indonesia Motor Manufacturing adalah suatu perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Salah satu produk dari Yamaha yang tertarik untuk saya lakukan penelitian adalah produk motor matik Yamaha Mio dimana Yamaha Mio adalah kendaraan Skuter matik yang diperuntukkan semua kalangan dan gender, mulai dari laki-laki, perempuan, tua, dan yang masih muda, sangat cocok menggunakan motor matik Mio produk dari Yamaha ini. Yamaha Mio merupakan produk sepeda motor yang didesain dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dalam benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang dengan produk yang didesain berkualitas baik.

Kelas skuter matik ini mengalami kenaikan jumlah penjualan yang cukup besar dari tahun ke tahun. Dan berikut adalah data penjualan motor matik Yamaha Mio pada Dealer Yamaha Telaga.

Tabel 1.1

Data Penjualan Motor Matik Yamaha Mio

Thn	Bulan												JML
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Oct	Nov	Des	
2013	67	25	51	43	36	58	98	43	63	40	38	64	626
2014	70	20	47	41	42	62	81	52	68	34	42	69	628
2015	42	42	49	43	55	54	91	65	49	38	58	82	659

Sumber : Data Penjualan PT Hasrat Abadi Outlet Dealer Yamaha Telaga

Tabel 1.2

Data Penjualan Motor Yamaha selain Motor Matik Yamaha Mio

Thn	Bulan												JML
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Oct	Nov	Des	
2013	28	15	26	35	34	38	52	63	38	35	32	74	470
2014	34	47	33	35	38	34	54	59	35	39	40	37	485
2015	36	20	20	23	46	59	39	34	31	45	47	45	445

Sumber Data Penjualan PT Hasrat Abadi Outlet Dealer Yamaha Telaga

Perbandingan antara data Penjualan Motor Yamaha Mio dengan Motor Yamaha merek lain pada tabel diatas dapat dilihat dimana untuk data penjualan motor Yamaha mio setiap tahunnya mengalami peningkatan, sedangkan untuk data penjualan motor Yamaha merek lain ditahun terakhir itu mengalami penurunan, sehingga disini terlihat bahwa konsumen lebih merasa puas karena lebih banyak pembeli motor Yamaha mio dibandingkan dengan motor Yamaha merek lain.

Desain produk adalah proses menciptakan produk baru yang akan dijual oleh perusahaan untuk pelanggannya, Fandy (2012). Desain produk dari yamaha ini sendiri sudah membentuk kepuasan konsumen sejak lama, karena merek Yamaha yang sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat ini sudah memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. bahkan meskipun banyak masyarakat yang berpresepsi bahwa desain produk dari yamaha mio ini kurang sesuai dengan keinginan mereka akan tetapi pada kenyataannya masih lebih banyak konsumen yang menggunakan motor merek yamaha khususnya motor yamaha metik mio, bahkan bentuk dari kepuasan konsumennya ini dapat dilihat dari banyaknya mereka yang membentuk perkumpulan komunitas motor metik yamaha mio dan bahkan ada pula konsumen yang loyalitasnya di tunjukan dengan kesetiaannya dalam meggunakan motor matik yamaha mio sejak dulu sampai saat ini masih tetap menggunakan motor matik yamaha mio, bahkan mengganti motor pun tetap menggantinya dengan motor yamaha mio akan tetapi mungkin pilihandesainya yang lebih *trendy* dari yang sebelumnya.

Hanya saja meskipun begitu banyaknya perusahaan sepeda motor di Indonesia dengan berbagai merek seperti honda dan suzuki membuat persaingan semakin tajam dengan inovasi-inovasi desain sepeda motor yang sangat beraneka ragam membuat konsumen di dealer Yamaha telaga sulit untuk menentukan pilihan terhadap sepeda motor yang mereka inginkan. Perubahan teknologi yang semakin canggih pada sepeda motor juga merupakan salah satu alasan konsumen di dealer Yamaha sulit untuk menentukan pilihannya pada produk sepeda motor tertentu dan dalam hal ini juga membuat perusahaan (dealer Yamaha Telaga) sulit untuk mengalihkan pandangan dari konsumen produk lain untuk puas terhadap produk Yamaha mio karena konsumen tersebut sudah lebih puas dan loyal terhadap produk yang sudah mereka tau sebelumnya.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen telah banyak dilakukan, tetapi Melalui penelitian ini akan di analisis “Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Produk Motor Yamaha Mio”. Dari latar belakang masalah di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Desain Produk Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Produk sepeda Motor Matik Merek Yamaha Mio Pada Dealer Yamaha Telaga”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian ini adalah

1. Dealer Yamaha Telaga sulit untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap motor Yamaha mio karena adanya merek pesaing yang menawarkan produk mereka dengan desain yang semakin beragam.
2. Perubahan teknologi yang semakin canggih pada sepeda motor juga merupakan salah satu alasan konsumen di dealer Yamaha sulit untuk menentukan pilihannya pada produk sepeda motor tertentu untuk membelinya.
3. perusahaan (dealer Yamaha Telaga) sulit untuk mengalihkan konsumen dari produk lain untuk memilih produk Yamaha mio karena konsumen tersebut sudah lebih dulu memilih produk yang sudah mereka tau sebelumnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “Seberapa Besar Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan konsumen Dalam Pembelian Motor Matik Yamaha Mio”.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Motor Metik Yamaha Mio”.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai mamfaat, dan Manfaat pada penelitian kali ini yaitu :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan bermamfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran kaitanya dengan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsuumen melalui perwujudan variabel yang mempengaruhinya.

a. Bagi pihak perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak terkait, baik pihak internal (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditur) agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

b. Bagi pihak konsumen, Penelitian ini sangat bermanfaat karena memberikan kesempatan untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang keadaan yang sebenarnya dan korelasinya dengan teori teori yang

telah ada