

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang, dimana ketatnya persaingan dalam dunia otomotif yang menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah - langkah serta strategi yang apik guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang sudah dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan oleh perusahaan setiap tahunnya. Namun, pandangan atau keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah, maka pelaku bisnis diharapkan selalu dapat memahami apa yang menjadi harapan konsumen yang berkaitan dengan perilaku konsumen, salah satunya adalah dilihat dari segi kualitas produk, desain produk dan kepuasan konsumen.

Dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang saat ini, menyebabkan semakin banyaknya produk sejenis yang dihasilkan dan ditawarkan dimana salah satu pilihan tersebut harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan menerapkan strategi bisnisnya secara tepat agar dapat memenuhi target pasar. Untuk mencapai pasar sasaran yang sangatlah tinggi dibutuhkan keuletan dan kejelian dari pihak produsen untuk lebih aktif berusaha mencari peluang dan kesempatan yang ada, karena faktor utama yang dapat menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah pemasaran.

Di zaman sekarang ini, persaingan di dunia otomotifpun semakin ketat dan tidak bias ditebak, khususnya persaingan sepeda motor. Survey membuktikan penjualan sepeda motor semakin meningkat. Kondisi inipun membuat para produsen untuk semakin meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar. Sepeda motor ialah sarana transportasi roda dua yang menjadi primadona para pengguna jalan khususnya di kota Bekasi maupun di kota lainnya. 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 dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum yang semakin tinggi.

Mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi proses dan kepuasan kosumen telah banyak dilakukan. Melalui penelitian ini yang akan dianalisis mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen sepeda motor *Honda Scoopy*. Ketertarikan pemilihan merek tersebut karena produk sepeda motor *Honda Scoopy* semakin diminati tidak hanya dikalangan wanita tetapi juga seluruh kalangan umum. Gaya hidup modern merupakan menjadi salah satu faktor individu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, Sepeda motor *Honda Scoopy* ialah salah satu sepeda motor automatic atau disebut juga Skutermatik yang sekarang di rancang berbentuk classic, dan sekarang diminati oleh semua kalangan umum termasuk anak anak remaja dan orang tua.

TABEL 1.1
PENJUALAN SEPEDA MOTOR
HONDA, YAMAHA DAN SUZUKI
TAHUN 2016 - 2018

MERЕК	2016	2017	2018
HONDA	4.380.888	4.385.888	4.795.202
YAMAHA	1.394.078	1.348.211	1.455.088
SUZUKI	56.824	72.191	89.508

Sumber : www.triatmono.worldpress.com

Dapat dilihat pada tabel diatas terlihat penjualan sepeda motor Yamaha dan Suzuki dalam tiga tahun terakhir selalu kalah dengan Honda. Kemudian dalam tiga tahun terakhir Yamaha dan Suzuki selalu mengalami peningkatan walaupun penjualan Honda sebagai kompetitor utama selalu memenangkannya.

Hal ini menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha memang belum mampu melewati penjualan sepeda motor Honda, yang sampai sekarang masih menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia.

Honda senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Honda menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk membedakan dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen Honda juga selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada setiap produknya, seperti Honda Scoopy.

Sepeda motor Honda Scoopy meskipun diciptakan khusus untuk kalangan wanita, namun penjualan Honda Scoopy ini mampu memberikan angka penjualan yang cukup besar dan memuaskan dimana mampu menduduki peringkat ke3 dari penjualan motor terlaris di Indonesia pada tahun 2017. Memiliki desain yang begitu stylish dan fashionable karena sangat kental dengan aliran retro modern. Untuk mesinnya meskipun kelas bawah 110cc dengan PGM-FI dan tenaganya yang masih bilang tergolong irit.

TABEL 1.2
PENJUALAN PRODUK MATIC HONDA
DARI TAHUN 2014 - 2018

TAHUN	BEAT	VARIO	SCOOPY
2014	2.062.745	1.454.914	285.906
2015	1.855.349	1.277.024	350.925
2016	1.814.600	1.306.600	528.622
2017	1.959.263	1.200.287	612.197
2018	883.575	726.716	384.439
JUMLAH	8.575.535	5.965.541	2.162.089

Sumber : <https://m.detik.com>

Tabel 1.2 menunjukkan terjadinya penjualan sepeda motor bermerek untuk tipe Scoopy pada tahun 2014 - 2018 selalu kalah 5 tahun ini dengan Honda Beat dan Vario. Hal tersebut menjelaskan bahwa minat beli terhadap sepeda motor Honda Scoopy masih mengalami kendala atau masalah mengenai kualitas produk dan harga.

Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik pemasar tidak menciptakan kebutuhan, tetapi mempengaruhi keinginan manusia. Lalu permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan ketersediaan untuk membelinya. Lalu dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat ketergantungan dengan kualitas dan harga yang dimiliki oleh Motor Scoopy.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.)”**

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan dalam bisnis sepeda jenis skutermatik saat ini begitu ketat karena minat masyarakat yang semakin besar terhadap skutermatik. Hal ini direspon oleh produsen untuk memproduksi sepeda motor matik dengan berbagai macam keunggulan masing-masing, sehingga di pasaran banyak beredar skutermatik dengan berbagai merek. Salah satu merek skutermatik yang beredar adalah Honda Scoopy. Honda Scoopy merupakan sepeda motor matik yang diproduksi oleh merek Honda pada tahun 2010, dan selama ini merek Honda hampir selalu memimpin penjualan diantara merek lain.

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk sepeda motor *Honda Scoopy* pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk sepeda motor *Honda Scoopy* Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
3. Apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor *Honda Scoopy* Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produksi terhadap kepuasan konsumen produk sepeda motor *Honda Scoopy* pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen produk sepeda motor *Honda Scoopy* pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Untuk mengetahui kualitas produksi dan desain produk terhadap kepuasan konsumen produk sepeda motor *Honda Scoopy* pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya serta dijadikan bahan materi kuliah apabila dibutuhkan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang hubungan antara kualitas produk dan harga sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Penulis

Hasil dari penulisan ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan.

1.5 Batasan Masalah

Dalam permasalahan yang harus diselesaikan diatas maka perlu adanya pembatasan masalah serta ruang lingkupnya agar dalam melakukan penelitian hanya terfokus pada Kualitas Produk dan Desain Produk dengan mengakibatkan Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang terdiri dari pengertian pemasaran, kualitas produk, desain produk, keputusan pembelian dan faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

BAB III : METOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran, pengajuan hipotesis, sumber data, definisi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan analisis ini berisi mengenai bagaimana hasil dari objek penelitian yang dilakukan secara sistematis kemudian di analisis dengan teknis

analisis data yang selanjutnya dilakukan pembahasan pada hasil analisis tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini, penulis akan membahas kesimpulan penelitian dan bagaimana jawaban – jawaban yang digunakan untuk membahas pertanyaan penelitian., keterbatasan, dan saran kepada berbagai pihak agar dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini.

