

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan jumlah penduduk yang cukup besar serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan dengan cepat, dibutuhkan sarana pendukung, salah satunya seperti transportasi. Transportasi adalah sebagai alat untuk berpindahnya barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer atau sehari-hari, khususnya alat transportasi darat.

Berbagai macam jenis alat transportasi darat mulai dari kendaraan roda dua hingga roda empat pun mampu memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia. Jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat, kendaraan roda dua (sepeda motor) adalah alat yang paling tepat dipilih menjadi salah satu solusi untuk menghadapi kemacetan lalu lintas karena dengan ukurannya yang kecil, relatif lebih dapat leluasa dalam bergerak. Selain itu kehandalan dan fleksibilitasnya menyebabkan kemudahan untuk membawa pengendaranya ke mana pun yang mereka inginkan. Nilai ekonomis dari sepeda motor pun sangat terjangkau, dengan biaya yang jauh lebih murah untuk bahan bakar jika dibandingkan dengan mobil atau biaya ongkos kendaraan umum dalam jarak tempuh yang sama, masyarakat dapat lebih menghemat pengeluarannya, sekaligus dapat memperkirakan berapa besar pengeluaran yang akan digunakan.

Jika dilihat dari pengelompokan, ada beberapa jenis sepeda motor yang pertama motor bebek dikategorikan untuk semua kalangan umur dan *gender*. Yang kedua, motor *matic* ditujukan untuk kaum wanita, sedangkan motor *sport* ditujukan untuk kaum pria. Namun semakin banyaknya kendaraan di jalan umum yang menyebabkan kemacetan dimana-mana, motor *matic* menjadi salah satu kunci untuk menjadi pilihan semua kalangan umur dan *gender* dalam berkendara, motor *matic* sangat nyaman dan mudah saat berkendara dalam keadaan macet, dan tidak

perlu melakukan perpindahan gigi, hal tersebut yang membuat motor *matic* lebih unggul dan praktis dibandingkan motor bebek dalam kemacetan.

Berdasarkan pengelompokan jenis motor diatas, dapat dilihat dari keadaan bahwasannya motor *matic* merupakan kepanjangan dari istilah *automatic* yang mengacu pada system pengoperasian gigi perseneling sepeda motor tersebut yang secara otomatis diatur oleh mesin kendaraan itu sendiri. Motor *matic* merupakan motor idaman banyak orang. Kelebihan motor *matic* dapat menghemat penggunaan bahan bakar (irit) yang dapat mengurangi polusi udara yang mencemari lingkungan.

PT. Roda Mitra Lestari Bekasi Timur merupakan salah satu dealer resmi Honda yang ada di Bekasi Timur. Setiap bulannya terjadi fluktuasi penjualan sepeda motor Honda di dealer tersebut. Peneliti akan melakukan penelitian mengenai perbandingan dan perbedaan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun produk disini adalah varian motor *matic* unggulan Honda yaitu Honda Beat. Honda Beat merupakan jenis motor *matic* yang paling laku dipasaran khususnya untuk jenis motor Honda. Perbedaan mendasar tentu ada pada harga yang jelas lebih terjangkau dibandingkan motor honda *matic* lainnya ditambah dengan kualitas yang mumpuni dengan harga yang dipasarkan.

Tabel 1.1. Data Penjualan Semua Jenis Motor Honda *Matic* Tahun 2018-2019

BULAN	PENJUALAN				TOTAL
	H. BEAT	H. VARIO	H. SCOOPY	H. PCX	
JUNI	125	77	32	21	255
JULI	200	100	42	32	374
AGUSTUS	144	95	52	29	320
SEPTEMBER	137	79	49	30	295
OKTOBER	129	83	42	33	287
NOVEMBER	141	91	57	43	332
DESEMBER	167	107	63	24	361
JANUARI	190	130	60	21	401
FEBRUARI	194	139	51	18	402
MARET	180	111	60	10	361
APRIL	181	105	70	12	368
MEI	231	129	89	30	479
JUNI	200	120	66	20	406

Sumber: Data Report CV.Roda Mitra Lestari

Dengan adanya data penjualan setiap bulan pada tabel di atas, menjelaskan bahwa dari bulan Juni 2018 sampai dengan bulan Juni 2019 penjualannya mengalami peningkatan yang bertahap di akhir tahun dan awal tahun, khususnya pada *type* motor Honda Beat. Hal tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan mampu memperkirakan strategi apa yang harus dikeluarkan demi mempertahankan eksistensinya agar tetap berada pada tingkat yang baik. Maka dari itu, perusahaan harus membuat strategi dalam hal mengedepankan kualitas pelayanan serta menjaga kualitas produk yang dijual dengan tujuan memuaskan konsumen sehingga dapat terus berhubungan baik yang membentuk loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen atau tidak pada pembelian sepeda motor khusus Honda Beat di Dealer Resmi Sepeda Motor Honda Bekasi Timur dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HONDA BEAT”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Beat?
2. Apakah kualitas produk dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Beat?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Beat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dirumuskan diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Beat.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Honda Beat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Honda Beat.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang muncul karena adanya penelitian diatas adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti
 - a. Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah konkrit yang terjadi di lapangan.
 - b. Sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada di lapangan.
2. Manfaat bagi perusahaan
 - a. Sebagai bahan perencanaan dan perkembangan bagi pimpinan perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.
3. Manfaat bagi universitas
 - a. Sebagai bahan referensi dimasa yang akan datang untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.
 - b. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu penulis membatasi apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada Honda Beat CV.Roda Mitra Lestari Bekasi Timur dan apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Honda Beat CV.Roda Mitra Lestari Bekasi

Timur. Serta apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Honda Beat CV.Roda Mitra Lestari Bekasi Timur.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memahami penulisan ini, sistematika penulisan dilakukan dengan menjelaskan secara rinci keseluruhan bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu ini terdiri dari enam sub bab yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab dua ini terdiri dari empat sub bab yang terdiri dari beberapa literatur mulai dari landasan teori dari variabel-variabel, penelitian terdahulu, kerangka teoritikal dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab tiga ini secara garis besar berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data dan cara pengambilan sampel, metode analisis data, dan teknik pengolahan data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab empat ini diuraikan mengenai pembahasan objek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari masing-masing variabel dengan beberapa uji yang telah dilakukan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab lima ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial, serta saran-saran untuk perusahaan dan saran untuk penelitian selanjutnya.