

BAB I

PENDAHULUAN

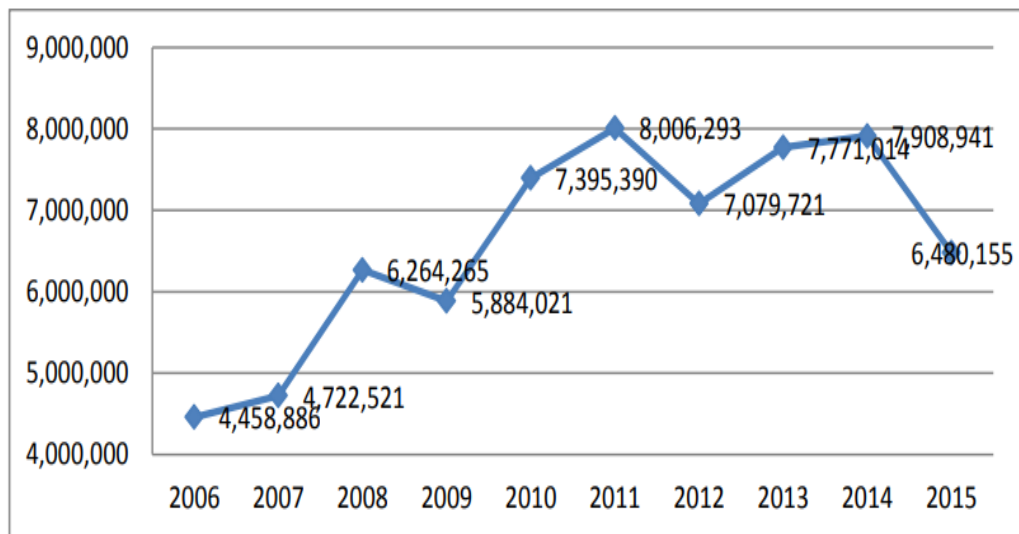
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan pengaruh yang besar terhadap industri otomotif, salah satu sektor industri yang saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam industri otomotif adalah sepeda motor. Berkembangnya industri sepeda motor di Indonesia didukung oleh peraturan Menteri Perdagangan Nomor 39/M-DAG/PER/10/2010 tentang ketentuan impor barang jadi oleh produsen. Peraturan menteri perdagangan ini telah membuka jalan masuknya para produsen sepeda motor ke Indonesia, para produsen sepeda motor berlomba-lomba untuk masuk ke pasar Indonesia sehingga terjadinya persaingan ketat antar produsen sepeda motor. Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibandingkan menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya.

Berkembangnya industri sepeda motor di Indonesia dipengaruhi oleh faktor kebutuhan manusia karena pada saat ini manusia dituntut dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya, begitu pula dalam hal mobilitas dari satu tempat ke tempat lain, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan alat transportasi yang akan digunakan, dalam kondisi saat ini dari semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi pilihan masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien, selain sebagai kendaraan bebas macet, motor juga lebih

hemat dalam penggunaan bahan bakar, lebih efisien terhadap waktu tempuh serta kemudahan untuk memperoleh sepeda motor.

Pilihan masyarakat serta tingginya kebutuhan akan sepeda motor inilah yang membuka peluang bisnis bagi pelaku bisnis kendaraan bermotor untuk terus meningkatkan penjualannya. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi, maka semakin akan banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai harapannya, dan sebagai konsekuensi dari perubahan tersebut pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang di tawarkan. Berikut adalah tingginya kebutuhan akan sepeda motor dapat dilihat dari data penjualan sepeda motor dari tahun 2006-2015



Sumber : AISI (asosiasi industry sepeda motor Indonesia)

Gambar 1.1

Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia Dalam Kurun Waktu 10 Tahun

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat perubahan volume penjualan disetiap tahunnya, jika dilihat dari tahun 2006-2015 penjualan mengalami kenaikan meskipun setiap tahunnya cenderung mengalami naik turun akan tetapi penurunannya tidak sampai pada penjualan terendah yaitu pada tahun 2006 yang

terjual hanya sebanyak 4.458.886 unit kemudian penjualannya naik bahkan mencapai penjualan tertinggi pada tahun 2011 yang terjual sebanyak 8.006.293 unit dan pada akhir tahun 2015 turun menjadi 6.480.155 unit. Menurut Direktur PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia hal ini dikarenakan adanya gangguan perekonomian nasional yang berdampak pada industri otomotif di Indonesia, kondisi ini mengakibatkan penjualan kendaraan roda dua mengalami penurunan, salah satu faktor yang disebabkan karena menurunnya daya beli masyarakat (Sumber Kompas).

Para Produsen sepeda motor dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam menguasai pangsa pasar. Perusahaan didorong untuk lebih inovatif dalam menciptakan produknya serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen baik dari segi kualitas produk, harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat serta promosi yang tepat untuk mempengaruhi minat konsumen. Pesatnya pertumbuhan sepeda motor di Indonesia dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor sehingga terjadi persaingan ketat antar para produsen sepeda motor dari luar negeri yang rata-rata berasal dari Jepang, Cina, Eropa dan India. Namun hingga saat ini sepeda motor buatan Jepang tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya. Produsen di Indonesia terdapat empat pemain besar dalam industri sepeda motor diantaranya PT. Astra Honda Motor, PT. Yamaha Motor Indonesia Manufacturing, PT. Suzuki Indomobil Motor, PT. Kawasaki Motor Indonesia. Berikut adalah penjualan industri sepeda motor di Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 menurut sumber AISI (Asosiasi Industry Sepeda Motor Indonesia)

Tabel 1.1
Penjualan Industri Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2012-2015

No	Merek	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1	Honda	4.092.693	4.700.871	5.055.510	4.453.888
2	Yamaha	2.433.354	2.495.796	2.390.902	1.798.630
3	Suzuki	465.63	400.675	275.184	109.882
4	Kawasaki	131.657	153.807	165.231	115.008
5	TVS	18.252	19.865	22.114	2.747

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.1 perusahaan sepeda motor yang memiliki penjualan paling besar di pasar domestik yaitu Honda yang berada di urutan pertama. Honda menjadi market leader selama empat tahun terakhir dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan penjualan dengan penjualan mencapai 4.453.888 unit pada akhir tahun 2015. Posisi kedua ditempati oleh Yamaha dengan penjualan sebesar 2.433.354 unit di tahun 2012. Akhir tahun 2015 Yamaha mengalami penurunan yang drastis, sehingga penjualannya mencapai angka terendah yaitu 1.798.630 unit jauh di bawah Honda, kemudian diikuti Suzuki 109.882 unit, Kawasaki 115.008 unit dan TVS 2.747 unit di tahun 2015. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) hampir seluruh perusahaan tidak mampu untuk mendongkrak penjualan pada tahun 2015 kecuali Honda yang bisa menjual sepeda motor lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya

Perkembangan produk sepeda motor di Indonesia semakin pesat dari waktu ke waktu. Setiap industri sepeda motor di Indonesia saling berlomba untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin lama semakin kompleks dan selalu berubah-ubah seiring perkembangan jaman. Persaingan bisnis otomotif saat ini dibuktikan dengan semakin banyaknya produk-produk sepeda motor yang

bermunculan dan menawarkan berbagai jenis tipe dengan spesifikasi yang berbeda dari berbagai macam merek seperti Yamaha, Kawasaki, Honda, Suzuki dan lain-lain. Dari berbagai jenis sepeda motor seperti sepeda motor bebek, automatic (skutik), sport dari 125CC, 150CC dan 250CC diproduksi oleh industri sepeda motor Indonesia untuk memenuhi keinginan para konsumennya.

Berdasarkan jenisnya, sepeda motor skutik merupakan jenis yang paling banyak diminati konsumen di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) sebagai berikut :

Tabel 1.2
Penjualan Sepeda Motor tahun 2016 Berdasarkan Jenis

Tipe	Penjualan	Market Share
<i>Sport</i>	599.542	10,11%
Bebek	643.739	10,85%
Skutik	4.688.004	79,04%

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Jenis sepeda motor matic atau skutik (skuter-matik) masih menjadi pilihan utama konsumen dengan menguasai 79,04% total penjualan sepeda motor, lalu diikuti jenis bebek (10,85%) dan terakhir adalah motor jenis sport (10,11%). Jenis skutik menguasai pangsa pasar karena pada umumnya konsumen menilai jenis skutik lebih nyaman, fungsional, hemat, dan memiliki desain yang menarik serta citra merek yang telah dipercaya serta harga yang lebih ekonomis (Nurdiansyah, 2015).

Ditengah dominasi kenaikan pangsa pasar motor skutik, motor jenis sport menunjukkan angka penjualan yang terus berkembang. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan pasar motor sport terus mengalami peningkatan dan di tahun 2016 pangsa pasarnya hamper menyamai

penjualan jenis motor bebek. Hal ini tidak lepas perilaku konsumen yang menilai jika motor dengan mesin lebih besar dapat menaikkan gengsi atau prestise. Selain itu, tenaga motor sport lumayan besar namun tetap efisien dalam hal konsumsi bahan bakar alias masih irit motor dengan kapasitas lebih besar cocok dengan karakter masyarakat pekerja di Indonesia dan memiliki keunggulan dalam hal penampilan serta mampu menampung beban berat. Motor sport juga dipilih karena memiliki kecepatan (tenaga) yang cukup dan dapat melibas jalur-jalur macet. (www.viva.co.id, 11 April 2015).

Data penjualan motor sport berdasarkan kategori mesin pada tahun 2016 di seluruh Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3
Data Penjualan Sepeda Motor Sport 150cc dan 250cc
Tahun 2016 di Indonesia

MERЕК	JENIS CC	2016	TOTAL JENIS 150CC	TOTAL JENIS 250CC
HONDA	150	3.661.284	4.687.722	642.004
	250	318.003		
KAWASAKI	150	116		
	250	97.070		
SUZUKI	150	15.070		
	250	1.651		
YAMAHA	150	1.011.252		
	250	225.280		

Sumber : AISI (Asosiasi Industry Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.3 perusahaan sepeda motor yang memiliki pangsa pasar paling besar di pasar domestik tahun 2016 untuk sepeda motor sport yaitu jenis 150cc dengan total penjualan 4.687.722 unit dibandingkan dengan penjualan jenis motor sport bermesin kapasitas 250cc yaitu 642.004 unit. Hal ini dianggap

wajar mengingat bahwa terdapat perbedaan harga yang cukup tinggi antara motor sport 150cc dengan motor sport 250cc, sehingga mayoritas konsumen yang ingin menggunakan motor sport tetapi tidak ingin dibebani dengan mahalnnya harga beli motor sport tipe 250cc akan memilih motor sport 150cc.

Penjualan sepeda motor sport 250cc dibanding dengan penjualan motor sport 150cc mengalami penurunan dimulai dari tahun 2015. Pada tahun 2013 total penjualan motor sport 250cc adalah 39.634, dilanjutkan pada tahun 2014 mengalami kenaikan penjualan yaitu sebesar 47.309, namun pada tahun 2015 mengalami penurunan dengan jumlah penjualan 33.764, sedangkan akhir kuartal III tahun 2016 penjualan baru mencapai 20.442 (otomotif.net).

Penurunan angka penjualan motor sport 250cc ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu kualitas dan manfaat produk bagi konsumen, serta harga produk yang bersaing. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya agar konsumen nantinya mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap produk yang di tawarkan oleh perusahaan.

Para produsen motor sport terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis motor sport di

Indonesia. Sampai saat ini, produsen sepeda motor yang bermain dalam pasar motor sport 250cc adalah Kawasaki, Honda, dan Yamaha. Kawasaki yang awalnya pemain tunggal di pasar 250cc mendapat pesaing dari Yamaha yang mulai mengeluarkan produk 250cc nya pada tahun 2014. Sedangkan untuk Honda yang sempat gagal dengan motor Honda CBR250R, pada tahun 2016 kembali melakukan gebrakan dengan meluncurkan varian Honda CBR250RR yang mulai mengambil pangsa pasar motor sport 250cc dari Kawasaki.

Kawasaki merupakan produsen sepeda motor yang berfokus pada pasar motor sport 150cc keatas. Sejak produk sepeda motor bebeknya kurang laku dipasaran Indonesia, Kawasaki memutuskan untuk berfokus hanya pada pasar motor sport, sehingga kawasaki merupakan pemegang pasar untuk sepeda motor sport di indonesia. Dibuktikan dengan penjualan sepeda motor sport Kawasaki yang mampu menguasai pasar sekitar 90% untuk kelas 250cc (data perusahaan). Pada pertengahan 2012 PT. Kawasaki Motor Indonesia meluncurkan produk terbarunya yaitu Kawasaki Ninja 250 FI. Varian produk Ninja ini di bagi menjadi beberapa tipe, yaitu tipe ER-6n, 250 FI, 250 New + ABS, 650, R, RR, RR Special edition, SS, ZX-6R, ZX636, ZX10RVersys, dan varian tertinggi yaitu ZX10R. Khususnya Kawasaki Ninja 250 FI yang merupakan varian menengah dari semua tipe Ninja, Ninja 250 FI ini lebih bernuansa sporty yang cocok untuk kalangan anak muda ya.

Penjualan motor sport 250cc dari PT. Kawasaki Motor Indonesia dengan produsen sepeda motor lain dalam melihat perbandingan penjualan yang ada di Indonesia, maka akan disajikan data penjualan sepeda motor sport 250cc tahun 2012-2017 di Indonesia pada tabel 1.4 sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Penjualan Motor Tipe Sport 250cc Tahun 2012-2017
di Indonesia

Sport 250cc	Kawasaki Ninja 250FI	Honda CBR 250RR	Yamaha YZF- R250
Tahun 2012	10.491	-	-
Tahun 2013	29.508	-	-
Tahun 2014	18.945	-	11.214
Tahun 2015	16.858	-	6.906
Tahun 2016	15.796	2.949	8.004
Jan-sept 2017	4.201	7.358	4.899

Sumber : AISI (Asosiasi Industry Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa penjualan motor Kawasaki Ninja 250FI sejak di luncurkannya pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2013 mengalami peningkatan, hal ini terjadi dikarenakan pada tahun tersebut satu-satunya sepeda motor sport 250cc. namun pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 mengalami penurunan setiap tahunnya dan mengalami penurunan. Tingkat penjualan paling rendah terjadi pada tahun 2016 dikarenakan semakin banyaknya pesaing-pesaing seperti Yamaha YZF-R25 dan Honda CBR 250RR. Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor Kawasaki Ninja 250 FI mengalami penurunan paling tinggi setiap tahunnya di bandingkan dengan sepeda motor Yamaha YZF-R25 dan Honda CBR 250RR.

Angka penjualan motor sport Kawasaki Ninja 250FI yang terus menurun menunjukkan tingkat persaingan yang semakin ketat diantara produsen motor di Indonesia, dimana semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Hal

ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai, kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan baik melalui kualitas produk dan kesesuaian harga. Kualitas produk dan harga diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang, oleh karena itu perusahaan dalam hal ini harus memperhatikan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Provinsi Jawa Barat merupakan wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak merupakan pangsa pasar potensial untuk penjualan sepeda motor. Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menyatakan bahwa Jawa Barat memberikan kontribusi penjualan sebanyak 1.343.729 unit pada tahun 2014 dengan market share 70,4%, tahun 2015 tumbuh sebesar 1,1% menjadi 71,5%. Jawa Barat menjadi provinsi terbesar dalam penjualan sepeda motor menjadikan provinsi Jawa Barat masuk lima besar pengguna kendaraan bermotor terbanyak di Indonesia dan Kota Bandung adalah salah satu kota terbesar pengguna sepeda motor dengan jumlah 895.474 unit sepeda motor di Kota Bandung. banyaknya jumlah penduduk yang ada di Bandung membuat kota ini menjadi salah satu target pasar dalam menjual sepeda motor sport, berikut merupakan penjualan sepeda motor sport 250cc di kota Bandung. (Sumber : Dinas Perhubungan Kota Bandung 2015)

Pada Tabel 1.5 akan disajikan data penjualan para produsen sepeda motor motor tipe sport 250cc dari berbagai merk di Kota Bandung sepanjang tahun 2017 dari bulan Januari s.d Agustus.

Tabel 1.5
Data Penjualan Motor Tipe Sport 250cc bulan Januari-Agustus 2017
di Bandung

Sport 250cc	Kawasaki Ninja 250FI	Honda CBR 250RR	Yamaha YZF- R250	Kawasaki Ninja Z250
Januari 2017	67	73	69	69
Februari 2017	43	76	38	45
Maret 2017	39	81	32	42
April 2017	32	84	41	32
Mei 2017	41	89	46	41
Juni 2017	54	97	58	53
Juli 2017	42	103	61	46
Agustus 2017	39	113	63	43
September 2017	26	121	67	31
Jumlah	383	837	475	402

Sumber : (www.motoengine.com)

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas menunjukkan bahwa Persaingan sepeda motor sport 250cc semakin ramai dengan kehadiran Honda CBR250RR. Motor besutan pabrikan berlogo ‘sayap mengepak’ itu hadir sebagai kuda hitam yang patut diperhitungkan di antara Kawasaki Ninja 250fi, Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja Z250. Dilihat dari data penjualan kota Bandung rupanya Honda CBR 250RR saat ini mampu melesat meninggalkan Kawasaki Ninja 250FI, Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja Z250. Dan kini Kawasaki Ninja 250FI berada di urutan keempat, di mana harus puas dengan total penjualan 383 unit di bulan Januari sampai dengan bulan September 2017. Angka ini selalu mengalami penurunan di tiap bulannya, Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor Kawasaki Ninja 250 FI mengalami penurunan paling tinggi setiap bulannya di dibandingkan dengan sepeda motor Yamaha YZF-R25 dan sedangkan Honda CBR 250RR selalu mengalami

kenaikan di setiap bulannya. Melihat kondisi tersebut Kawasaki Ninja 250FI mengalami masalah karena mengalami penjualan yang kurang baik di bandingkan pesaingnya

Terdapat beberapa aspek dalam turunnya data transaksi bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka akan ditandai dengan rasa senang dan bahagia, begitu pula sebaliknya apalagi konsumen merasa sedih maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Selain itu, factor-faktor lain juga seperti banyaknya konsumen yang mengeluh terhadap suatu produk juga menandakan bahwa tersebut merasa tidak puas terhadap suatu produk tersebut. Keluhan konsumen dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen

Para konsumen motor sport Kawasaki Ninja 250FI di Kota Bandung salah satunya yaitu Komunitas Motor “KNC” (Kawasaki Ninja Club) Bandung merupakan sebuah organisasi komunitas motor yang awal terbentuk pada tahun 1997 dengan nama “BKNC” (Bandung Kawasaki Ninja Club) yang berada di tengah kota di Circle K Jl. Cihampelas No.30 Bandung. Mereka aktif melakukan beberapa kegiatan diantaranya :

1. Merekrut anggota pengendara atau penggemar motor Kawasaki Ninja di seluruh Indonesia.
2. Sebagai forum komunitas yang bersifat terbuka, bertujuan untuk berkumpul dan berinteraksi antarpemilik, penggemar motor Ninja serta forum untuk anggota yang memiliki motor ataupun yang belum memiliki motor all varian Ninja.

3. Melakukan bakti sosial dengan memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan
4. Melakukan touring silaturahmi antar komunitas motor Kawasaki Ninja Club di Indonesia
5. Menyusun perencanaan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan berikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan survey pendahuluan dengan konsumen di Bandung Kawasaki Ninja Club mengenai keluhan dan permasalahan pada motor Kawasaki Ninja 250FI adalah sebagai berikut :

Tabel 1.6
Data Keluhan Konsumen Motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung Januari 2017

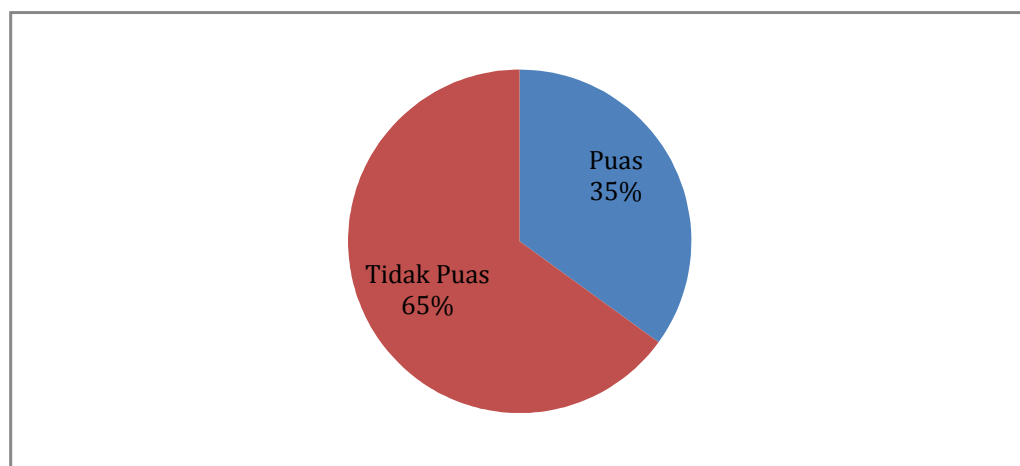
No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Headlamp berembun	6
2	Speedometer berembun/mati	7
3	Oli shock belakang rembes/bocor	2
4	Fairing meleleh	5
5	Spakbord belakang kurang kompatibel	4
6	Harga sparepart mahal	13
7	Harga jual kembali sepeda motor rendah	9
Total		46

Sumber : Hasil Survey Pendahuluan Kawasaki Ninja Club Bandung, 2017

Berdasarkan tabel 1.6 di atas menunjukkan bahwa hasil survey pendahuluan terhadap 46 orang anggota Kawasaki Ninja Club Bandung mengenai motor Kawasaki Ninja 250FI, yaitu diantaranya 24 orang mengeluh karena kualitas produk dan daya tahan motor Kawasaki Ninja 250FI kurang baik, dan 22 orang mengeluh karena mahalnya harga sparepart motor Kawasaki Ninja 250FI. Sehingga konsumen menjadi kurang puas terhadap Kawasaki Ninja 250FI. Maka

dari data tersebut dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen pada motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung berada dalam kondisi tidak puas.

Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kusioner kepada 30 Responden member Kawasaki Ninja Club Bandung. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan

Gambar 1.2

Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian pada Gambar 1.2 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan di Kawasaki Ninja Club Bandung sebesar 35% merasa puas dan 65% merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Fandy Tjiptono, 2015:115). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja

sesuai dengan harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Sebagaimana yang dikatakan Kotler dan Amstrong (2014 : 30) yaitu kepuasan merupakan tingkat rasa setelah menbandingkan tingkat kinerja yang dia rasakan dengan harapan-harapannya, dimana dilihat dari data diatas masih belum memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan kepuasan konsumen terhadap Kawasaki Ninja 250FI, peneliti melakukan survey awal terhadap 30 orang anggota Kawasaki Ninja Club Bandung yang menggunakan motor Kawasaki Ninja 250FI di Kota Bandung, di mana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.7
Hasil Kuesioner Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan konsumen Motor Kawasaki Ninja 250FI

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Quality	Akselerasi mesin lebih unggul di bandingkan sepeda motor lain	2	5	12	8	3
2		Sepeda motor ninja 250FI sempurna bebas dari kegagalan produk atau cacat	5	7	10	5	3
3		Fitur dan teknologi motor ninja 250FI lebih unggul daripada sepeda motor lain	1	3	4	14	8
4	Value	Performa Ninja 250FI sepadan dengan harga beli produknya.	4	6	11	5	4
5		Garansi bengkel resmi untuk service & perawatan terhadap kinerja mekanik yang handal	4	9	11	4	2
6		Harga produk motor ninja 250FI lebih terjangkau dibandingkan produk sejenis lainnya.	6	7	9	4	4

Tabel 1.7 Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
7	Service	Anda merasa puas dengan kebersihan bengkel resmi	8	12	4	5	1
8		Kinerja Mekanik tanggap terhadap keluhan konsumen	7	12	10	1	-
9		Anda merasa puas dengan pelayanan bengkel resmi sepeda motor anda	8	9	8	5	-
10	Access	Ketersediaan sparepart dan sepeda motor ninja 250FI mudah di dapatkan	9	17	2	2	-
11		Ketersediaan bengkel dan showroom resmi yang mudah di jangkau	9	12	6	1	2
12		Kemudahan mendapatkan motor dengan penawaran cicilan pembayaran yang terjangkau	5	8	10	6	1

Sumber : Hasil penelitian pendahuluan

Bersasarkan hasil penelitian pendahuluan pada table 1.7 terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen di Kawasaki Ninja Club Bandung berdasarkan indikaotr variable-variabel yang diajukan pada saat survey pendahuluan, yaitu kualitas produk dan nilai produk. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa daya tahan kualitas produk mengalami masalah. Melihat banyaknya pesaing Kawasaki Ninja 250FI yang memiliki kualitas produk yang lebih baik, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi brand Kawasaki untuk lebih memperhatikan kualitas produk. Pengembangan kualitas produk dapat dilakukan dengan cara evaluasi terhadap keluhan kerusakan motor Kawasaki Ninja 250FI pada Kawasaki Ninja Club bandung. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan ataupun menawarkan kualitas produk yang baik akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif dan lebih inovatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi bari dalam proses produksi

Selain kualitas produk, nilai produk juga mengalami masalah yang mungkin mempengaruhi dalam pembelian sepeda motor Kawasaki Ninja 250Fi. Harga beli produk merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga produk harus sejalan dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen. Jika harga atau nilai produk yang tersedia tidak membuat pelanggan terjangkau atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan tidak akan tercipta. Untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen melalui nilai produk, maka perusahaan harus memberikan nilai produk yang terjangkau atau sepadan dengan kualitas produk untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2013:213) faktor penentu kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk atau jasa. Kualitas produk merupakan hal yang harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan, karena kualitas produk yang baik dapat membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2014:283) yang menyatakan bahwa jika kualitas produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka Konsumen tersebut tidak puas atau kecewa.

Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen juga diterangkan oleh jurnal Ani Tristiana (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan oleh adanya kecenderungan konsumen memilih kualitas produk yang diharapkan mendorong para produsen untuk berusaha menjaga reputasi atau nama baik yaitu dengan selalu menjaga daya tahan kualitas produk, *performance* serta keiritan bahan bakar yang dihasilkan.

Perusahaan dalam penetapan harga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, oleh karena itu untuk memperoleh manfaat yang sebaik-baiknya maka (Kotler dalam Susatyo Herlambang (2014:47).

Hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen juga di terangkan oleh jurnal Tri Wahyudi dan Yopa Eka Prawatya menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara variabel *independen* terhadap *dependen* yaitu harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Sony Mahendra yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian dari Febby Gita Cahyani mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk yaitu kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kawasaki Ninja 250FI (Survey Pada Kawasaki Ninja Club Bandung JL. Cihampelas No.30 Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penulis akan mengidentifikasi dan merumuskan masalah dari penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan terdapat masalah dalam kepuasan konsumen Kawasaki Ninja 250FI, masalah yang terjadi diduga diakibatkan oleh kualitas produk yang belum optimal dan Harga yang cukup tinggi. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul, yaitu :

1. Masuknya beberapa pesaing baru seperti Yamaha YZF-R25 dan Honda CBR 250RR menyasar segmen pasar yang sama mesin berkapasitas 250cc
2. Rendahnya daya tahan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI.
3. Data penjualan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI terus mengalami penurunan dikarenakan datangnya pesaing-pesaing baru.
4. Masih terjadi keluhan konsumen karena kualitas produk kurang baik dan harga produk yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang ada.
5. Teknologi kalah canggih dengan pesaingnya.
6. Desain produk kurang menarik perhatian konsumen.
7. Biaya perawatan yang mahal.
8. Harga suku cadang yang tidak terjangkau
9. Harga yang tidak sebanding dengan kualitas produk

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung.

2. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kepuasan pelanggan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung baik secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian di Kawasaki Ninja Club Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisa :

1. Tanggapan pelanggan mengenai Kualitas produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung
2. Tanggapan pelanggan mengenai Harga sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung
3. Tanggapan pelanggan mengenai Kepuasan pelanggan Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung baik secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis. Diharapkan

dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri, dapat berguna bagi mereka yang membacanya secara langsung maupun tidak langsung.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan
2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dala bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI di Kawasaki Ninja Club Bandung

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti
 - b. Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu penelitian di bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang kualitas produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI
 - c. Peneliti diharapkan mengetahui permasalahan yang terjadi seperti harga sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI
 - d. Diharapkan dapat mengetahui hasil dari pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kawasaki Ninja 250FI
2. Bagi Perusahaan Kawasaki Motor Indonesia
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan, pertimbangan dalam mengembangkan dan

menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI.

- b. Perusahaan dapat menentukan strategi-strategi pemasaran yang akan digunakan untuk menentukan harga yang tepat bagi sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI
- c. Penelitian ini dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan pentingnya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Kawasaki Ninja 250FI

3. Bagi Kawasaki Ninja Club Bandung

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kualitas produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI
- c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan tambahan informasi kepada Kawasaki Ninja Club Bandung dalam hal seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan sepeda motor Kawasaki Ninja 250FI

4. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.