

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di zaman yang semakin berkembang ini, banyak perusahaan otomotif (Sepeda Motor) yang bermunculan di Indonesia, dari perusahaan Jepang maupun Cina, sehingga perusahaan otomotif harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Untuk dapat memenangkan persaingan dengan para kompetitor, perusahaan otomotif harus mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan dari konsumennya di saat ini maupun di masa yang akan datang.

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk (sepeda motor), salah satunya adalah faktor dari kualitas produk tersebut. Kualitas produk yang baik dapat menjadi keunggulan bagi perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing yang sejenis. Kualitas produk biasanya digunakan sebagai tolak ukur perusahaan untuk dapat membentengi dan menjaga dari serangan para pesaing serta mempertahankannya, agar para konsumen tetap setia (loyal) dalam membeli produk tersebut.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka, berarti meningkatkan kinerja,

keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena pelanggan yang loyal akan terus melakukan pembelian secara teratur/berkala, membeli antarlini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Hal ini yang menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Untuk itulah, perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan keunggulan produk masing-masing melalui upaya yang kreatif, inovatif serta efisien. Sehingga produk tersebut menjadi pilihan banyak pelanggan, yang pada saatnya nanti diharapkan akan menjadi pelanggan yang loyal.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengaruhnya kualitas produk terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Dan atas dasar tersebut Penulis memberi judul Karya Ilmiah yaitu **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Yamaha Mio (Survei Data Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta)”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan kondisi yang telah digambarkan pada bagian sebelumnya dan latar belakang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk Yamaha Mio (survei data pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta) ?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Yamaha Mio (survei data pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Universitas Negeri Jakarta) ?

### **C. Tujuan dan Manfaat**

#### 1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan adalah:

- a. Mendeskripsikan mengenai kualitas produk sepeda motor Yamaha Mio.
- b. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor Yamaha Mio.

#### 2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi Penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya Prodi D III Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi (FE), dan pembaca secara umum.

##### a. Bagi Penulis

- 1) Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai keterkaitan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2) Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diperoleh dari pendidikan formal.

b. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang keterkaitan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah atau sebagai wacana.