

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis di era ini telah berkembang pesat dan mengalami perubahan yang signifikan. Dimana salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup, dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Persaingan yang semakin ketat dalam industri sepeda motor menuntut adanya strategi pemasaran yang baik guna meraih minat konsumen untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan memberikan produk yang terbaik akan tetapi juga pelayanan pasca pembelian, karena setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa/pelayanan pada produk tersebut mulai dari sebelum pembelian

sampai perawatan saat pemakaian, dan sampai konsumen sudah tidak memakai produk itu lagi.

Setelah sekian lama vakum dalam produksi motor *sport*, akhirnya pada tahun 2017 Suzuki mengeluarkan motor *sport* terbarunya, yang dinamakan Suzuki GSX 150. Suzuki GSX 150 adalah motor *sport fairing* bermesin 4 tak berkapasitas 150 cc. Motor GSX 150 merupakan pengembangan dari motor Suzuki satria F150 injeksi yang mayoritas menggunakan part yang hampir sama. Motor ini dihadirkan untuk bisa bersaing di pasar kelas motor *sport fairing* 4 tak 150 cc Indonesia yang diisi Honda CBR150R dan Yamaha R15.

Berikut adalah data penjualan GSX 150 di kota Semarang dari tahun 2017.

**Tabel 1.1**  
**Volume penjualan per tahun**

| No | Tahun | Penjualan |
|----|-------|-----------|
| 1  | 2017  | 256       |
| 2  | 2018  | 847       |
| 3  | 2019  | 954       |

Sumber : Data Yang Diolah, 2019

Dari tabel diatas kita bisa melihat data penjualan GSX dari tahun 2017. Penjualan GSX di Semarang meningkat tiap tahunnya, ini di sebabkan karena adanya pengaruh dari gaya hidup dan teknologi yang semakin berkembang. Dari jumlah penjualan di Semarang yang bergabung ke dalam komunitas GSX Rider Independent Semarang sebanyak 58 orang. Organisasi ini berdiri karena *passion*

yang sama.

GSX Rider Independent Semarang (GRIDS) merupakan salah satu komunitas motor sport di Semarang. Komunitas ini berdiri pada tahun 2017 di mulai dari beberapa orang dan sekarang mencapai 58 anggota.

Mencapai tujuan perusahaan diperlukan strategi perusahaan untuk membangun kepuasan konsumen seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis dalam kategori produk tertentu. Kepuasan konsumen menjadi sebuah parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Menurut (Kotler, 2001:46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:354) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil

dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2001:439) adalah sejumlah uang yang akan dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Jadi apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah dengan manfaat produk yang baik maka konsumen akan merasa puas.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dan konsumen. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah konsumen bisa merasakan kepuasan menggunakan produk/jasa sesuai dengan harapan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengambil judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang?
4. Bagaimana harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang?

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang.

4. Mengidentifikasi dan menganalisis harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama pengaruh mempunyai terhadap kepuasan konsumen pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk Suzuki Semarang dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen guna meningkatkan minat konsumen.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untk mengembangkan wawasan tentang “Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan pada Komunitas GSX Rider Independent Semarang”.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan bisa menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam menyalurkan aspirasi atau ide terkait harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab yang masing-masing bab berisi hal-hal sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan dalam penelitian.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian, definisi operasional, jenis data, metode pengumpulan serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

5. Bab V Penutup

Merupakan bab terakhir dalam penelitian, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian.

