

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Industri sepeda motor yang menghimpun manfaat besar dari inovasi otomotif terkini kini mengalami ekspansi yang signifikan. Sebab, Anda bisa pergi ke mana pun dengan cepat dan mudah mempergunakan sepeda motor. Sepeda motor digemari oleh sebagian orang sebagaimana alat transportasi pribadi karenanya dikatakan lebih irit dan ramah lingkungan dibandingkan kendaraan lain. Mengendarai sepeda motor sanggup meminimalisir biaya bahan bakar secara signifikan karenanya memungkinkan Anda mengakses jalan raya utama dengan cepat.

Agar sanggup berkembang dalam iklim ekonomi saat ini, industri sepatutnya bekerja keras untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tujuan setiap industri ialah menyediakan komoditi dengan harga wajar yang sanggup memuaskan pelanggan. Selain itu, kehadiran teknologi yang terus berkembang membuat persaingan berupa lebih menarik karenanya memfasilitasi penyebaran dan pengenalan komoditi dan layanan yang diproduksi oleh dunia usaha. Oleh karenanya itu, produsen sepatutnya kreatif dengan komoditas otomotif apabila ingin tetap menjualnya. Mobil sangat utama bagi masyarakat modern karenanya jadwal masyarakat sangat padat sehingganya utama bagi kehidupan komunal. Mobil dan kendaraan bermotor lainnya ialah keperluan hidup manusia, sehingganya semua lapisan sosial ekonomi menginginkannya. Ada juga beberapa produsen mobil selayaknya Suzuki, Yamaha, dan Honda. Sebagian besar sepeda motor yang dijual di Indonesia bersumber dari Jepang karenanya berbagai alasan, termasuk biaya eceran yang lebih rendah dan ketersediaan komponen pengganti yang lebih banyak. Pabrik Jepang terus mendominasi pasar mobil roda dua di Indonesia. Karenanya dari tahun ke tahun, hanya dua industri Honda dan Yamaha yang tetap konsisten berupa yang teratas di bidangnya masing-masing.

Pabrikan	Terjual	Persentase
1. Honda	3.928.788 unit	77,68 %
2. Yamaha	1.063.866 unit	21,04 %
3. Kawasaki	43.540 unit	0,86 %
4. Suzuki	18.380 unit	0,36 %
5. TVS	2.942 unit	0,04 %
Total :	5.057.516 unit	100%

Gambar 1 Data Penjualan Motor Di Indonesia 2022

Sumber : Data Aisi 2022

Pada tahun 2022, sepeda motor Honda menyumbang 3,9 juta dari total penjualan sepeda motor di Amerika Serikat. Yamaha mungkin telah menjual satu juta sepeda motor dalam setahun, namun Kawasaki telah melampaui Suzuki untuk berupa pemimpin industri. Kawasaki mencatatkan penjualan tahunan sebanyak 43.000 sepeda motor, sementara Suzuki hanya menjual 18.000 sepeda motor. Namun, tidak satu pun dari kedua produsen tersebut yang terdapat pangsa pasar lebih dari 1%. Terakhir, data penjualan tahun 2021 dari TVS menunjukkan bahwasanya, meskipun kurangnya penawaran baru, industri India tersebut menjual 2,000 perangkat kemarin.

Berbeda dengan fenomena lainnya, dimensi dan indikasi mutu fasilitas mungkin berbeda-beda tergantung siapa yang menyediakan fasilitas tersebut. Untuk mengatasi kesenjangan yang disebutkan di atas, Azwar menyarankan untuk melihat pada prinsip inti pemberian fasilitas kesehatan: mencukupi yang diinginkan dan keperluan pasien.

Kualitas komoditas unggul yang menjawab keperluan pelanggan ialah keunggulan kompetitif. Perusahaan berisiko produknya ditolak oleh pelanggan apabila kualitasnya tidak mencukupi harapan. Selain itu, lokasi fisik yang strategis sanggup memudahkan distribusi dan aksesibilitas komoditi-komoditi manufaktur dan eceran ke basis pelanggan yang dituju. Untuk maksud ini, kami mendefinisikan mutu

fasilitas sebagaimana sejauh mana fasilitas tersebut sanggup mencukupi keperluan setiap pelanggan.

Berusaha mencukupi keperluan ataupun memastikan bahwasanya sesuatu sudah cukup ialah salah satu definisi "kepuasan pelanggan". Ketika kesan pelanggan mengenai kinerja ataupun temuan suatu komoditas dibandingkan dengan harapannya, emosi positif ataupun negatif mungkin akan muncul. Untuk menghindari kehilangan pelanggan dan meningkatkan permintaan mengenai barangnya, produsen kendaraan sepatutnya mampu kreatif dan inovatif agar sanggup mencukupi yang diinginkan dan preferensi target demografinya. Pabrikan tersebut saat ini memproduksi berbagai macam sepeda motor, diantaranya lain model sport, cross, bebek (underbone), dan otomasi. Sepeda motor dengan transmisi otomatis terdapat permintaan yang sangat tinggi di kalangan pelanggan. Sepeda motor dengan girboks otomatis tidak memerlukan masukan operator untuk mengganti gigi, dan seringkali hanya memerlukan satu akselerasi untuk mewujudkan kecepatan maksimum.

Yamaha Nuvo, sepeda motor bertransmisi otomatis pertama Yamaha, dirilis ke publik pada tahun 2002. Salah satu komoditas pertama Yamaha ialah skuter full otomatis ini. Kemudian Yamaha mengeluarkan jajaran skuter matiknya, diantaranya lain Yamaha Mio, Yamaha Xeon, Yamaha Fino, dan Yamaha X-ride. Terakhir, Yamaha merilis tiga komoditas lebih besar di tahun 2015: Yamaha Aerox 150cc, Yamaha X-max 150cc, dan Yamaha N-max 150cc. Sepeda motor Yamaha Fazzio ialah salah satu model terpopuler di kalangan skutik baru persembahan Yamaha.

Sepeda motor matic terbaru Yamaha, Fazzio, terdapat kombinasi mesin dan tenaga penggerak listrik yang bekerja secara harmonis. Fazzio bersumber dari istilah Italia untuk "halus" (liscio) dan "fashion" (fazzino). Menjadi modis bermakna bergaya. Meskipun istilah Italia liscio bermakna "sederhana", namun hal ini tidak mudah. Fazzio milik Yamaha ialah sepeda motor yang canggih, selaras dengan namanya. Tampilan Yamaha Fazzio lebih baru dan kekinian. Sepeda motor Yamaha ini ialah yang pertama terdapat teknologi Blue Core Hybrid Yamaha di Indonesia.

Tabel. 1 Data Penjualan Motor Fazzio Di Dealer Lautan Teduh Metro 2022

No	Bulan	Jumlah	No	Bulan	Jumlah
1	Januari	1	7	Juli	5
2	Februari	6	8	Agustus	12
3	Maret	10	9	September	6
4	April	7	10	Oktober	8
5	Mei	6	11	November	5
6	Juni	16	12	Desember	6
Total		46	Total		42
Jumlah keseluruhan		46+42= 88			

Sumber : Dealer lautan teduh 2022

Untuk bulan Januari Dealer Metro Lautan Teduh menggeser 1 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Februari, 6 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Maret, 10 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan April, 7 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Mei, 6 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Juni, 16 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Juli, 5 unit sepeda motor Yamaha Fazzio, untuk bulan Agustus, 12

Fazzio dari Yamaha ialah skuter perkotaan yang unggul karenanya memperkenalkan konsep desain baru ke pasar. Apabila Anda memberikan sentuhan vintage pada skuter Fazzio, hal itu mungkin akan membodohi orang dengan mengira itu ialah Vespa. Sepasang lampu sein, dipasang rendah di bagian depan bodi untuk menghasilkan tampilan khas Fazzio kontemporer, berfungsi sebagaimana pernah pernik pengikat depan di dasar lampu depan. Fazzio ialah skuter mutakhir yang menawarkan sejumlah tambahan yang nyaman dan berteknologi tinggi. Ada speedometer digital, konektivitas Bluetooth, Smart Key System, stopkontak, dan tombol starter. Smart Motor Generation (SMG) dan Stop & Start System masih tetap hadir. Ini ialah pilihan desain hemat energi. Ketika mesin berada pada posisi berhenti selama lebih dari tiga detik, listrik akan mati secara otomatis. Saat pegangan gas diputar, mesin hidup kembali. Apabila dikombinasikan dengan Smart Motor Generation (SMG), teknologi SSS meningkatkan penghematan bahan bakar

dan menenangkan mesin saat dinyalakan. Setelah mesin hidup, generator sanggup memulai tugasnya untuk mengisi ulang baterai.

Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini ialah puas ataupun tidaknya pelanggan mengenai komoditas Fazzio yang diproduksi Yamaha; hal ini dikarenakan Yamaha menggiring pelanggan untuk lebih memilih komoditas lain ataupun pabrikan lain yang model sepeda motornya lebih bagus dan irit; Selain itu, sepeda motor Fazzio terdapat taraf pemborosan bahan bakar yang diatas apabila dibandingkan dengan pabrikan lain. Untuk menjaga kepuasan pelanggannya, Dealer Motor Yamaha sepatutnya secara konsisten memberikan fasilitas berkualitas tinggi dan fasilitas mutakhir. Untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan mengenai fasilitas dan fasilitas yang ditawarkan, dealer sepatutnya terlebih dahulu menilai permintaan tersebut secara akurat. Fakta bahwasanya banyak orang yang ingin terdapat salah satu sepeda motor Fazzio Yamaha ialah bukti bahwasanya industri telah mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Penulis tertarik untuk memahami **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Motor Matic Yamaha Fazzio Pada Dealer Yamaha Lautan Teduh Metro**

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Beragam bisnis berbeda yang mencoba menjual sepeda motor yang pada dasarnya identik.
- b. Kualitas komoditas tetap bertahan di pasaran.
- c. Apabila membayar dengan uang tunai, Anda mendapatkan penawaran yang lebih baik dibandingkan apabila mempergunakan kredit.

2. Rumusan Masalah

Berlandaskan kerangka informasi di atas, permasalahannya sanggup dinyatakan sebagaimana berikut:

1. Apakah mutu komoditas berdampak pada kepuasan pembeli?
2. Apakah taraf fasilitas yang disediakan berdampak pada kebahagiaan pelanggan?
3. Bisakah kita mengaitkan kebahagiaan pelanggan dengan mutu komoditas dan fasilitas?

C. Tujuan penelitian

Sekorelasi dengan hal tersebut di atas, penyelidikan ini bermaksud untuk:

1. Periksa korelasi diantaranya mutu komoditas dan kepuasan pelanggan.
2. Lihat apakah ada korelasi diantaranya mutu fasilitas dan kepuasan pelanggan.
3. Untuk melihat apakah mutu komoditas dan fasilitas tedapat peran mengenai kepuasan pelanggan secara keseluruhan

D. Manfaat Penelitian

Berikut ini ialah beberapa area di mana penelitian ini mungkin memberikan temuan yang bermanfaat:

1. Bagi Penulis

Studi ini memberikan peluang besar untuk mempraktikkan teori kasus dalam pemasaran dan memberikan wawasan baru terkait apa yang memotivasi orang untuk membeli komoditas tertentu.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini sanggup dipergunakan sebagaimana sumber daya bagi pelaku bisnis untuk lebih memahami faktor-faktor apa saja yang perlu diselaraskan untuk menciptakan komoditi yang mencukupi keperluan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Pembaca sanggup memanfaatkan temuan penelitian ini sebagaimana sumber daya, dan temuan tersebut sanggup mengakibatkan penelitian masa depan di bidang pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika ini bermanfaat untuk memvisualisasikan yang jelas dan tetap pada topik, sebagaimana berikut ialah struktur sistematika tesis ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Sejarah penelitian, rumusan masalah, maksud penelitian, hasil, dan metodologi semuanya dibahas dalam bab ini.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Landasan teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka teori semuanya akan diuraikan di bagian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini akan menguraikan variabel-variabel penelitian dan definisi operasionalnya, cara pemilihan sampel, jenis data yang akan dikumpulkan, dari mana data tersebut bersumber, dan cara analisisnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengantar topik penelitian, temuan, dan analisis disajikan di sini.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian dan diskusi dirangkum bersama dengan rekomendasi dalam bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN