

BAB I

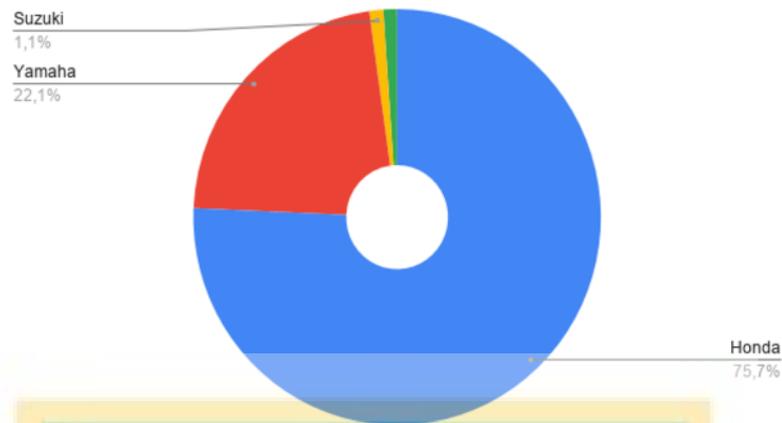
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu kemajuan zaman semakin modern, moda transportasi pun terus berkembang semakin canggih. sepeda motor adalah transportasi yang terus berkembang karena dinilai efektif dan efisien sesuai dengan pangsa pasar di Indonesia. Di Indonesia motor matic adalah kriteria motor yang paling banyak dicari masyarakat Indonesia, karena motor matic lebih nyaman digunakan dibandingkan motor sport dan motor bebek. Penjualan motor matic di Indonesia masih merajai untuk penjualan motor roda dua. terbukti dengan penjualan motor matic di Indonesia pada bulan maret 2021 sebanyak 366.717 unit. Bisa kita simpulkan bahwa motor matic masih menjadi kriteria motor yang paling diminati di Indonesia.

PT Astra Honda Motor (AHM) adalah salah satu pelopor bisnis sepeda motor di Indonesia. Dengan terus berkembangnya industry otomotif, Astra Honda Motor (AHM) tidak mau kalah dengan produsen lain dalam berinovasi pada produk dan teknologinya. Dari beberapa produk Honda, Honda vario merupakan salah satu produk Honda yang cukup banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena honda vario selalu mengikuti kebutuhan dan keinginan pelanggan, bukan hanya dari segi desain saja, akan tetapi dari teknologinya pun semakin canggih.

Honda juga tidak lepas dari persaingan pasar yang sangat ketat dengan produsen sepeda motor lainnya. Honda harus terus berkembang sehingga diharapkan mampu unggul dalam bersaing. Sampai saat ini Honda mempunyai kompetitor yaitu Yamaha dan suzuki yang selalu berinovasi dalam produknya. Berikut ini akan ditampilkan sepeda motor terlaris diindonesia tahun 2020



Gambar 1.1
Sepeda Motor Terlaris Di Indonesia 2020

Sumber : Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISI) sepeda motor terlaris di Indonesia tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.1 honda menjadi sepeda motor terlaris dengan jumlah persentase 75,7% terlihat bahwa Yamaha dan Suzuki merupakan kompetitor terkuat yang harus dipertimbangkan oleh Honda dalam strategi pemasaran. Peringkat berikutnya disusul dengan Yamaha yang juga menjadi sepeda motor terlaris dengan jumlah persentase 22,1%, dan Suzuki juga menjadi sepeda motor terlaris selanjutnya dengan jumlah persentase 1,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih banyak membeli produk motor Honda.

Honda vario merupakan motor bertransmisi otomatis atau biasa disebut dengan motor bermesin matic yang diciptakan oleh Astra Honda Motor. Honda vario pertama kali diciptakan pada tahun 2006 dan hingga saat ini Honda vario telah memiliki 6 generasi. Honda vario harus mempunyai strategi marketing yang tepat sehingga diharapkan dapat menguasai pangsa pasar. Berikut ini akan ditampilkan top brand index tahun 2019-2021.

Tabel 1.1
Top Brand Index

BRAND	TBI 2019	BRAND	TBI 2020	BRAND	TBI 2021
Honda Beat	36.3%	Honda Beat	35.8%	Honda Beat	35.6%
Honda Vario	18.5%	Honda Vario	24.5%	Honda Vario	21.9%
Yamaha Mio	12.9%	Yamaha Mio	13.6%	Yamaha Mio	12.9%
Honda Scoopy	9.1%	Honda Scoopy	8.9%	Honda Scoopy	12.1%
Honda PCX	4.4%	Honda PCX	5.1%	Honda PCX	5.2%

Sumber : Top Brand Index

Berdasarkan data tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa motor Honda Vario masuk ke dalam daftar top brand index, pada tahun 2019 honda vario masuk peringkat kedua dengan hasil survey independen berskala nasional sebanyak 18.5%, dan pada tahun 2020 honda vario masih tetap berada di posisi kedua dengan hasil sebanyak 24.5%, dan pada tahun 2021 honda vario masih di posisi kedua dengan hasil survey 21.9% yang belum dihitung secara keseluruhan karena hasil survey belum dilakukan sampai akhir tahun 2021. Honda Vario memiliki fluktuatif penguasaan pangsa pasar terutama pada tahun 2020-2021 yang mengalami penurunan pangsa pasar sebesar 2,6%. dari tabel diatas dapat terlihat bahwapun Honda merupakan perusahaan sepeda motor terlaris tetapi mengalami penurunan pangsa pasar.

Produk Honda vario sebagai produk sepeda motor yang dijual oleh Dealer Honda Margo Mulyo Megah mengalami penurunan pangsa pasar. Berikut ini akan ditampilkan data penjualan motor honda vario di Dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.

Tabel 1.2

Data Penjualan Honda Vario Dealer Margo Mulyo Megah 2021

PERIODE	JUMLAH UNIT
TRW I	31
TRW II	24
TRW III	20
TRW IV	35
JUMLAH	102

Sumber : Dealer Honda Margo Mulyo Megah, 2021

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.2 bisa kita lihat bahwa penjualan motor Honda Vario pada Triwulan I terjual sebanyak 19 unit, pada Triwulan II terjual sebanyak 28 unit, pada Triwulan III terjual sebanyak 20 unit, dan pada Triwulan IV terjual sebanyak 35 unit. Penjualan Honda Vario mengalami penurunan penjualan pada Triwulan II-III. Fenomena ini dapat menggambarkan permasalahan pada loyalitas Pelanggan. Permasalahan pada loyalitas Pelanggan ini dipengaruhi oleh Kualitas Produk (X1), *Brand Image* (X2) dan *Brand Trust* (X3).

(Rangkuti, 2002), "*Customer Loyalty* merupakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu industri, produk dan juga merek". Pelanggan adalah seseorang yang berulang-ulang datang ke tempat yang sama untuk memenuhi keinginannya dengan memiliki atau mendapatkan suatu barang atau jasa lalu membayar produk atau jasa tersebut.

Permasalahan terhadap Kualitas Produk (X1) yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) (Ramdani, 2017). Astra Honda Motor harus berupaya untuk terus melakukan peningkatan terhadap kualitas produknya yaitu motor Honda Vario agar dapat memenangkan persaingan pasar agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen yang dapat dipengaruhi oleh Kualitas Produk. Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) Kualitas produk (*product quality*) "kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsinya termasuk

ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan”.

Permasalahan terhadap Brand Image (X2) yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan (Y) (Purwanto & Widodo, 2019). (Kotler, 2012) “citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen”. Brand Image merupakan suatu identitas produk motor Honda Vario yang muncul di benak pelanggan. identitas produk yang bagus dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Permasalahan terhadap Brand Trust (X3) yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) (Adiwibowo & Tresnati, 2018). *Brand Trust* (Kepercayaan pada merek) merupakan “suatu keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif” (Sook, Han & Geok, Theng, 1999). Kepercayaan brand terhadap motor vario dapat memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dealer Honda Margo Mulyo Megah merupakan dealer terbesar di Pasar Minggu Jakarta Selatan sehingga banyak menjual motor honda vario. Salah satu produk yang dijual di dealer tersebut yaitu Honda Vario dan sudah mendapatkan banyak pelanggan. Dealer tersebut juga menyediakan penjualan, perbaikan dan juga service.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang sudah peneliti uraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK MOTOR HONDA VARIO DI DEALER HONDA MARGO MULYO MEGAH JAKARTA SELATAN**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti ingin mengetahui apakah pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan produk motor honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan. Maka peneliti akan merumuskan permasalahan yang akan dipecahkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk motor honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.?
2. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk motor honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan ?
3. Apakah *Brand Trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk motor Honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan :

1. Ingin mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan produk motor honda vario di Dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.
2. Ingin mengetahui dan menganalisis *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan produk motor honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.
3. Ingin mengetahui dan menganalisis *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan motor honda vario di dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini, yaitu :

1. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk, brand image, dan brand trust terhadap loyalitas pelanggan produk motor Honda vario.

2. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan terhadap mahasiswa dan menambah referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

