

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat diikuti pertumbuhan ekonomi yang baik. Dengan adanya perkembangan tersebut, berpengaruh pula terhadap kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi yang fleksibel, multifungsi, serta harga terjangkau. Dengan melihat peluang yang terjadi di masyarakat, banyak bermunculan perusahaan yang menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sehingga memberikan dampak berupa persaingan yang semakin ketat.

Dalam persaingan, perusahaan seringkali menggunakan bermacam-macam strategi pemasaran yang tepat guna memenangkan persaingan, agar mampu bersaing. Oleh karena itu harus diketahui bagaimana cara penyajian alternatif yang terbaik ke pasar sehingga dapat memenangkan persaingan serta mendapatkan laba dalam jangka panjang dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan variabel penting yang harus diketahui oleh pembuat kebijakan di dalam perusahaan. Bagian yang berhubungan dengan masalah kepuasan konsumen dalam suatu perusahaan adalah bagian riset pemasaran. Dimana hal ini tidak terlepas tentang masalah seberapa besar perusahaan dapat memberikan *service quality* yang baik, yaitu yang dapat memenuhi harapan konsumen.

Dalam dunia yang semakin modern yang selalu dituntut cepat dalam segala hal, sepeda motor merupakan suatu kebutuhan wajib bagi masyarakat serta pandangan tentang sepeda motor sudah semakin berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi dan tingkat pendidikan dimana sepeda motor dibutuhkan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan akan alat transportasi saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan akan status, kebutuhan sosial dan lain-lain.

Salah satu produk yang selalu bersaing di dalam menciptakan terobosan baru adalah sepeda motor merek Honda dengan tipe matic. Selama ini Honda selalu ingin memberikan keunggulan-keunggulan dan kenyamanan bagi para konsumennya dengan memperbaiki dan menciptakan sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Pemilihan sepeda motor Honda matic dari alternatif sepeda motor lain yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, khususnya yang menginginkan alat transportasi yang fleksibel dan nyaman.

Pada dasarnya konsumen dipengaruhi oleh banyak hal dalam melakukan pembelian. Untuk menganalisa dan meneliti loyalitas konsumen yang dikaitkan dengan kesetiaan pembelian sepeda motor Honda matic, terlebih dahulu harus diketahui, apa yang menjadi keinginan konsumen dalam membeli, serta kapan dan bagaimana membelinya. Sedangkan dalam diri individu konsumen terdapat proses untuk mengadakan pemilihan berdasarkan apa yang di dengar, dilihat dan dirasakan.

Pertimbangan adanya persaingan dalam dunia otomotif yang semakin kompetitif, mendorong perlunya pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan secara intensif dan menjadi salah satu aktivitas pokok yang harus dilakukan produsen dalam usaha mempertahankan eksistensi perusahaan untuk menarik minat beli konsumen.

Perusahaan harus bisa memberikan kebijaksanaan yang dapat memenuhi harapan konsumen agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Karena kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap daya beli suatu produk. Jika konsumen puas terhadap produk, konsumen akan memuji sehingga menjadi promosi yang paling efektif. Namun sebaliknya jika konsumen merasa tidak terpenuhi harapannya maka tidak lagi ada kepercayaan, bahkan kemungkinan besar beralih ke produk lain, pada gilirannya akan menjadi loyal. Akan tetapi pemahaman tentang perilaku konsumen cukup sulit dan manusia adalah individu yang kompleks karena dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal.

Dengan latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Matic Honda Di Surakarta (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**.

B. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini mempunyai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Matic Honda di Surakarta ?
2. Faktor manakah diantara faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Matic Honda di Surakarta ?

C. Batasan Masalah

1. Variabel yang diteliti adalah sosial, personal, psikologikal, dan kultural terhadap keputusan pembelian konsumen di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi UMS yang mempunyai sepeda motor Matic Honda.
2. Populasi yang diteliti adalah fakultas ekonomi UMS yang mempunyai sepeda motor Matic Honda.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Matic Honda di Surakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Matic Honda di Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran secara nyata oleh peneliti, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di bangku kuliah.
2. Menambah wawasan dan memperluas literatur yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan perilaku konsumen.
3. Memberikan informasi dan bukti empiris tentang pengaruh variabel-variabel loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian produk sebagai bahan masukan bagi perusahaan.