

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN
KENDARAAN BERMOTOR RODA 2 DI SURAKARTA
(Studi Kasus Sepeda Motor Bebek Merk Honda)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ERIK SUPRIYANTO
B 100 060 104

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler (2000: 34), dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah ubah.

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa angin segar bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak orang selain harganya terjangkau dan mudah perawatannya. Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar. Salah satu merek yang digemari oleh sebagian masyarakat sejak dahulu adalah merek Honda. Untuk

menghadapi persaingan tersebut produk Honda selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan dari masyarakat agar produknya tetap laku.

Saat ini kebutuhan transportasi pribadi jenis roda dua khususnya sepeda motor sudah menjadi kebutuhan masyarakat umum. Kebutuhan masyarakat tersebut ditangkap oleh pengusaha sebagai peluang untuk mengembangkan kinerja bisnisnya dengan melakukan pengamatan kepada perilaku konsumen. Kinerja bisnis akan tercapai dengan baik apabila unit pemasaran bekerja dengan maksimal dalam usaha memperoleh konsumen yang potensial.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2000: 6), menyatakan bahwa terdapat falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen atau berorientasi pada konsumen (*Consumer Oriented*), hal ini berbeda dengan pandangan yang terdahulu bahwa pemasaran berorientasi kepada produk, penjualan dan keuangan perusahaan.

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi, persepsi dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Disamping itu kemudahan untuk mendapatkan alat transportasi jenis sepeda motor saat ini sangat mudah karena program pemberian kredit bisa dilakukan dengan uang muka yang

terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan.

Berdasarkan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi pribadi berupa sepeda motor dan meningkatnya persaingan untuk merebut konsumen maka penulis tertarik untuk meneliti "**Analisis Kepuasan Pelanggan Kendaraan Bermotor Roda 2 Di Surakarta (Studi Kasus Sepeda Motor Bebek Merk Honda)**".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka hal yang menarik untuk diteliti adalah: Faktor apa sajakah yang mempengaruhi nilai kepuasan pelanggan sepeda motor Honda di Surakarta.

C. Pembatasan Masalah

Dalam pembatasan dan pengembangan model pemecahan masalah dibuat batasan-batasan sebagai masalah yang berhasil diidentifikasi dapat dicari pemecahannya. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Responden yang diambil adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 70 responden.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Analisis yang digunakan adalah Metode Analisis Faktor.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas ditetapkan tujuan-tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kepuasan pelanggan sepeda motor Honda di Surakarta.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dominan dalam mempengaruhi nilai kepuasan pelanggan sepeda motor Honda di Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Memahami analisa peluang pemasaran yang efektif sebagai alat untuk mengidentifikasi dimana produsen sepeda motor Honda mungkin dapat bersaing secara lebih menguntungkan.
2. Dengan penerapan metode analisis faktor diharapkan pihak produsen sepeda motor Honda dapat menentukan kebijakan pelayanan kepada konsumen sehingga dapat meraih banyak pelanggan.
3. Sebagai bahan masukan bagi pihak produsen sepeda motor Honda dalam melakukan perbaikan terhadap sistem layanan yang ada saat ini.

F. Sistematika Penyusunan Skripsi

Untuk memperoleh gambaran singkat, penelitian ini dibagi dalam lima bab yang secara garis besarnya bab demi bab disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab akan diuraikan mengenai perilaku konsumen, model perilaku konsumen, nilai kepuasan pelanggan, pengertian produk, penelitian terdahulu dan kerangka pemecahan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengambilan sampel, instrumen penelitian, data metode pengujian kualitas data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, pengujian kualitas data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi tentang simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.