

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MOTOR MATIC YAMAHA DI KECAMATAN
KEMUNING PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Dwika Setiawan

NIM : 21 2015 286

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MOTOR MATIC YAMAHA DI KECAMATAN
KEMUNING PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Dwika Setiawan

NIM : 21 2015 286

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwika Setiawan

NIM : 21 2016 250

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha di Kecamatan
Kemuning Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa batasan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2019



Dwika Setiawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha di Kecamatan
Kemuning Palembang.
Nama : Dwika Setiawan
Nim : 212015286
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, November 2020

Pembimbing I,

Fitantina, S.E., M.Si

NIDN : 0028026301

Pembimbing II,

Nadia Afriliana, S.E., M.Si

NIDN : 0219048501

Mengetahui,

Dekan

a.b Ketua Program Studi Manajemen



Maftuha Nurrahmi, S.E., M.Si

NIDN : 0216057001

Motto dan Persembahan

“Bertaqwalah Kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala Sesuatu”

(Qs. AlBaqarah: 282)

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”

(Qs. Al-Ankabut: 6)

“ Lihat keatas untuk Memotivasi, Lihat kebawah untuk Mengetuk Hati”

“ Jika keinginanmu hanya sebuah mimpi bagimu, Maka Bermimpilah sampai mimpi itu bukan lagi sebuah Mimpi”

(DwikaSetiawan)

Skripsi ini KuPersembahkan:

1. Orang Tua Terkasih dan Tersayang

Bapakku Dito Herman dan Ibu Elmi Wati

2. Saudaraku:

- Wahyuni Sawitri – Thomi pibryansya*
- Wiranti Oktaviani – Ego Mardian sya putra*
- Alya Arba Wulandari*

3. Kedua Ponakan Ku yang Ganteng yang Kusayangi

- Zeeshan Attalah Pibriansya*
- M.Reco Mardian Sya Putra*

4. Teman-Teman Seperjuangan

- Wendi, Pengki, Jepri, Reki, Bima, Abil, Nabila, Renal, Eko, Yansa, Gustri, Topik.*

5. Pembimbing Skripsi :

- Ibu Fitantina S.E., M.Si*
- Ibu Nadia Afriliana S.E., M.*



Assalamu'alaikum Wr.Wb

PRAKATA

Alhamdulillah robbil'alamiin, tiada kata yang dapat penulis sampaikan selain ucapan syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh kualitas produk,harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan motor matic yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang.

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab simpulan dan saran. Meski dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terima kasih saya juga sampaikan terutama kepada Bapakku Dito Herman dan Ibuku Elmi Wati karena atas doa dan dan kasih sayangnya saya bisa melalui proses demi proses untuk menyelesaikan kuliah saya.

Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Maftuha Nurrahmi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Ibu Fitantina, S.E.,M.Si dan Pibu Nadia Afriliana, S.E.,M.SisebagaiPembimbingSkripsi
6. Ibu Ervita Safitri.S.E.MSi, selaku pembimbing akademik dan juga penelaah 1. Bapak DRS. Rosyadi.MM, dan ibu Anggreany Hustia, S.E.,MM. sebagai penelaah 2.
7. Para responden yang telah bersedia dalam partisipasi meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah di sebarakan.
8. Teman - temansatuangkatan, teman - temansatukost'an ,temandansahabatsemuanya.

Semoga Allah membalas budi baik atas seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Meskipun demikian mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat.

Palembang, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAM DAFTAR TABEL	x
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAA, KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. LandasanTeori.....	12
B. Penelitian Sebelumnya	35
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis	39
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Operasional Variabel	41
D. Populasi Dan Sampel.....	42
E. Data Yang Diperlukan	43
F. Metode Pengumpulan Data	44
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	46

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 52

B. Pembahasan..... 66

BABV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 72

B. Saran..... 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel I.1	7
Tabel I.2.....	6
Tabel II.1.....	11
Tabel III.1	41
Tabel IV.1	53
Tabel IV.2.....	54
Tabel IV.3.....	55
Tabel IV.4.....	55
Tabel IV.5.....	56
Tabel IV.6.....	56
Tabel IV.7.....	57
Tabel IV.8.....	58
Tabel IV.9.....	60
Tabel IV.10.....	61
Tabel IV.11.....	63
Tabel IV.12.....	64
Tabel IV.13.....	65
Tabel IV.14.....	66

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Jadwal Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian (Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Harga & Promosi)

Lampiran 5. Perhitungan Program SPSS

Lampiran 6. Analisis Data

Lampiran 7. Nilai-nilai r

Lampiran 8. Titik Persentase Distribusi (df = 46-90)

Lampiran 9. Titik Persentase Distribusi t (df = 41-80)

Lampiran 10. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 11. Surat Riset

Lampiran 12. Plagiarism Checker

Lampiran 13. Sertifikat Toefl

Lampiran 14. Sertifikat AIK

Lampiran 15. Sertifikat BUMDES

Lampiran 16. Biodata Penulis

ABSTRAK

Dwika Setiawan/212015286/2020/Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha Di Kecamatan Kemuning Palembang/Manajemen Sumber Daya Manusia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha Di Kecamatan Kemuning Palembang?. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji F (uji secara simultan), uji t (uji secara parsial), koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Hasil regresi berganda $Y = 1,558 + 0,087 X_1 + 0,326 X_2 + 0,229 X_3$ menunjukkan bahwa ada pengaruh positif variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap variabel kepuasan pelanggan motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang; 2) Ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar $9,963 > F_{tabel}$ sebesar $2,75$ dengan uji signifikansi $0,000 < 0,10$; 3). Hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang. Ada pengaruh signifikan variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang. Ada pengaruh signifikan variabel promosi terhadap variabel kepuasan pelanggan motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang; 4) Hasil Koefisien Determinasi sebesar $0,286$ menunjukkan bahwa karakteristik kualitas produk, harga, dan promosi mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar $28,6\%$.

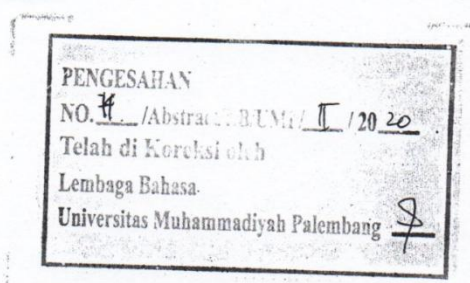
Kata kunci: pengaruh, kualitas produk, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Dwika Setiawan /212015286/2020 / The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Satisfaction of Yamaha Matic Motorbike Customers in Palembang's Kemuning District/HumanResourcesManagement.

The formulation of problem in this study was whether there was an influence on product quality, price and promotion of the satisfaction of Yamaha Matic Motorbike customers in the Kemuning District of Palembang. The aimed of the study to determine the effect of product quality, price and promotion on customer satisfaction of Yamaha Motor Matic in the Kemuning District of Palembang. This research was associative research. The variables in this study were product quality, price, promotion, and customer satisfaction. The sample in this study was 68 people. The data used in this study was primary data. The method for collecting data in this study was questionnaire. The techniques for analyzing used multiple linear regression, F test (simultaneous test), t test (partial test), coefficient of determination (R²). The results of the analysis the data showed that: 1) The result of multiple regression $Y = 1.558 + 0.087 X_1 + 0.326 X_2 + 0.229 X_3$ indicated that there was a positive influence on product quality, price and promotion variables on customer satisfaction variables for Matic Yamaha motorbikes in Palembang's Kemuning District; 2) There was significant influence on the variables of product quality, price and promotion together to the customer satisfaction variable of Yamaha Matic motorcycles in the Kemuning District of Palembang. It can be seen that the value of Fcount was $9.963 > F_{table}$ of 2.75 with a significance test of $0.000 < 0.10$; 3) Product quality variables had no influence on the variable satisfaction of Yamaha Matic motorbikes customers in the Kemuning District of Palembang. There was significant effect of price variables on the variable satisfaction of Matic Yamaha motorcycle customers in Kemuning District, Palembang. There was a significant influence of promotion variable on customer satisfaction variable of Matic Yamaha motorbikes in Kemuning Palembang District; 4) Determination coefficient result of 0.286 showed that the characteristics of product quality, price, and promotion were able to explain customer satisfaction by 28.1%.

Keywords: influence, product quality, price, promotion, and customer satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Didalam setiap usaha bisnis, pemasaran memegang peran yang cukup vital bagi kelangsungan usaha bisnis bersangkutan. Sebuah usaha bisnis dengan hasil produk yang biasa saja bisa jadi sukses hanya karena strategi pemasaran perusahaan terkait yang cukup handal, sebaliknya sebuah usaha bisnis dengan produk yang cukup berkualitas pun tak akan mengalami penjualan yang maksimal jika tidak dilakukan upaya pemasaran yang baik terhadap para konsumen. Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan angka penjualan produk atau layanan jasa tersebut. Tanpa adanya sebuah proses pemasaran, maka pasar tidak akan tahu terhadap produk atau layanan bisnis yang kita buat.

Analisis perilaku konsumen terhadap suatu produk yaitu konsumen berhak memilih, menentukan, membeli dan menggunakan barang. Konsumen memiliki beberapa pertimbangan terhadap suatu produk. Terdapat beberapa keputusan yang menjadi landasan bagi konsumen untuk menilai atau membeli suatu produk yang ditawarkan. Keputusan tentang jenis produk yaitu konsumen menentukan jenis produk yang ditawarkan, apakah dia memerlukan barang tersebut disaat itu atau tidak. Jika dia bermaksud untuk membeli barang tersebut maka dia mengalokasikan budget ke produk tersebut jika tidak maka ia akan mencari alternatif lain. Biasanya jika barang tersebut benar-benar menjadi kebutuhan, seorang konsumen tidak ragu untuk mengeluarkan biaya berapa pun untuk mendapatkan barang tersebut. Keputusan tentang bentuk

produk yaitu hal ini berkaitan dengan mutu, kualitas, efisien dan keefektifan suatu produk yang dibeli. Jika produk tersebut sesuai harganya dengan mutu yang ditawarkan maka konsumen akan mengambil barang tersebut.

Kepuasan menurut Kotler (2014:150) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Pengertian kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian, dan rasi produk, juga atribut produk lainnya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Sedangkan menurut John C Mowen dan Micheal Minor (2012:610), kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk.

Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa. Berikut beberapa pengertian harga menurut para ahli.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler (2012:132): Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu.

Rambat Lupiyoadi (2013:92), mendefinisikan pengertian promosi sebagai berikut, Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Promosi mempunyai indikator antara lain: periklanan, promosi penjualan, dan personal selling (Kotler dan Keller,2016:582)

Sepeda motor saat ini sudah menjadi barang yang penting bagi setiap orang, berarti sepeda motor merupakan sebuah kebutuhan yang tergolong primer. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi sepeda motor sangat bermanfaat bagi setiap orang, disamping untuk alat transportasi sepeda motor juga digunakan untuk menambah penghasilan bagi sebagian profesi tertentu. Persaingan pada perusahaan otomotif di Indonesia semakin ketat, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor. Pada dasarnya semakin banyak persaingan, maka akan semakin banyak juga pilihan bagi konsumen untuk memilih sebuah produk yang disebabkan ketatnya persaingan dunia otomotif di Indonesia yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis kategori sepeda motor yaitu diantaranya motor matic, motor bebek, dan motor sport. Mayoritas masyarakat Indonesia memilih untuk menggunakan motor matic karena pemakaiannya yang lebih mudah, nyaman, dan praktis. Motor matic ini lebih digemari dibanding motor bebek untuk saat ini terutama untuk dipakai sehari-hari, maka tidak heran produsen kendaraan dua berlomba-lomba menghadirkan motor matic mereka dengan kelebihan masing-masing yang mereka miliki, selain itu bentuk dan stylish dari motor matic ini sangat diperhatikan oleh para produsen demi untuk menarik hati para konsumen.

Produk motor matic Yamaha sendiri dikenal sebagai kualitas motor mesin yang bandel dan ringan. Namun kecepatan motor matic yamaha akan menurun seiring bertambahnya usia motor jika tidak rajin mengganti oli atau tidak dirawat dengan rajin dan jika sudah mesinnya sudah rusak atau pun terlambat dibenari akan menyebabkan motor tidak bisa dipakai lagi. Selain itu motor matic Yamaha tidak terlalu irit dalam bahan bakar apabila pemakaian sudah lebih dari garansi yang telah ditentukan perusahaan. Dengan inovasi yang dilakukan untuk memenuhi kepuasan dari konsumen, maka hal ini dapat menambah kepuasan konsumen untuk terus membeli produk yang dianggapnya sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Segi harga dari sepeda motor matic Yamaha mempunyai harga yang cukup bersaing dengan produsen lainnya. Keterjangkauan harga adalah salah satu faktor penting bagi konsumen untuk membeli motor matic Yamaha karena konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau. Meskipun dalam beberapa jenis motor matic Yamaha memiliki harga yang lebih tinggi dibanding para pesaingnya. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yamaha pun dinilai masih kurang sebanding jika dilihat dari beberapa aspek contohnya desain produk.

Segi promosi PT Yamaha Motor *Manufacturing* mengusung tema "Yamaha Semakin Didepan" yang kini menjadi salah satu slogan perusahaan, sekaligus untuk memperkuat kampanye *corporate brand image* dan juga memperkenalkan nilai lebih perusahaan yang tercermin pada produk dan teknologi. Pada kesempatan tersebut dijelaskan mengenai fase-fase kebersamaan perusahaan di dalam mewujudkan tujuan dan impian dalam kehidupan. Selain itu ada juga situasi yang menggambarkan keberadaan sebagai mitra sehari-hari dalam memenuhi kepentingan konsumen. Secara keseluruhan dan juga PT YIMM menggenjot mempromosikan produknya dengan gencar di beberapa media serta mendatangi secara langsung konsumen dengan cara mengadakan pameran produk di lingkungan masyarakat. Promosi yang disiarkan melalui media promosi iklan pun di anggap kurang bagus karena iklan hanya menampilkan kelebihan produk motor matic yamaha di awal pembelian saja. Kreatifitas promosi pun dinilai membosankan karena kreatifitas yang ditampilkan di iklan atau pun media lainnya jarang ada pembaruan alat-alat atau media-media yang digunakan sebagai media promosi untuk menarik konsumen seperti penggunaan media pembalap terkenal Valentino Rossi. Perbedaan produk motor matic Yamaha yang diberikan atau yang ditampilkan di iklan pun tidak jauh beda dengan iklan-iklan produk motor matic lainnya dan hanya ada beberapa perbedaan saja seperti mesin yang tidak mudah panas atau bahan bakar lebih irit. Selain itu juga motor matic Yamaha terkadang membuat konsumen kecewa karena aksesoris yang diberikan tidak sesuai dengan yang dipromosikan.

Semakin populernya motor matic maka otomatis penjualan motor matic ini terus mengalami peningkatan dari tahun-ketahun. Dilihat dari data yang diambil dari Top Brand Award sepeda motor matic menguasai pangsa pasar di Indonesia dibandingkan dengan varians sepeda motor lainnya yaitu bebek dan sport. Persaingan penjualan

motor matic di Indonesia juga sangat ketat, hal ini berdasarkan data dari Top Brand Award dapat dilihat bahwa :

Tabel 1.1

Data Penjualan Motor Matic Top Brand Indonesia

Merek	2016	2017	2018
Yamaha Mio	31,2%	32,1%	22,2%
Honda Beat	30,6%	29,9%	28,6%
Honda Vario	20,2%	21,8%	27,2%
Honda scoopy	3,8%	4,3%	7,6%

Sumber: www.topbrand-award.com

Data diatas menunjukkan bahwa Yamaha Mio menjadi yang terbaik menurut konsumen selama 2 tahun berturut-turut pada tahun 2016-2017 dalam kategori motor matic, dan Honda Beat menempati urutan kedua dalam kategori motor matic di Indonesia. Beda halnya ditahun 2018 dimana disini Yamaha Mio mengalami penurunan penjualan yang membuat Honda Beat menguasai pangsa pasar. Hal ini yang membuat peneliti tertarik meneliti faktor-faktor apa yang mempengaruhi penjualan Honda Beat yang meningkat.

Berdasarkan hasil riset pendahuluan yang diambil pada 30 responden, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Data Alasan Memilih Motor Matic Yamaha

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1	Onderdilnya mudah dicari	20 (66,6%)	10 (33,3%)
2	Desainnya menarik	17 (56,6%)	13 (43,3%)
3	Iklannya menarik	21 (70%)	9 (30%)
4	Harganya terjangkau	18 (60%)	12 (40%)

Sumber : wawancara prariset 2019

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Onderdilnya mudah dicari

Onderdil atau suku cadang sepeda motor matic Yamaha umumnya mudah di temui dan banyak di jual di mana-mana seperti bengkel dan di dealer Yamaha yang tersebar di berbagai daerah, jadi para pengguna kendaraan bermotor matic Yamaha mudah mencari suku cadang di mana saja dan kapan saja. Dari table diatas responden setuju dengan onderdilnya mudah dicari.

2. Desainnya menarik

Jaman sekarang persaingan antara produk sudah sangat kompetitif. Apalagi pada tiap tahun produk pesaing pasti mengeluarkan inovatif baru untuk menarik minat para konsumen. Salah satunya desain yang menarik menjadi salah satu minat yang menarik para konsumen. Dari tabel diatas responden setuju dengan desain menarik dari produk motor matic Yamaha. Di jaman moderen sekarang orang-orang lebih

tertarik dengan produk baru atau desain yang unik karena itu motor matic Yamaha tiap tahun mengeluarkan desain yang unik.

3. Iklannya menarik

Selain pandai memperhitungkan rugi dan untung. Perusahaan juga dituntut untuk berfikir secara kreatif agar produk-produknya dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu cara untuk memasarkan produk tersebut adalah dengan memasang iklan. Sayangnya saat ini masih banyak orang yang begitu saja melewatkan iklan.

Agar mampu menarik perhatian masyarakat iklan haruslah menarik. Dengan begitu kemungkinan besar iklan yang kamu buat banyak dibaca oleh masyarakat yang berminat dengan produk yang di iklankan. Dari tabel di atas responden setuju dengan iklan menarik dari motor matic Yamaha. Bahwa motor matic Yamaha menampilkan iklan yang menarik bagi masyarakat dan menambah daya beli konsumen.

4. Harganya terjangkau

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Apalagi sekarang konsumen mau yang produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau. Produk motor matic Yamaha menawarkan produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau. Dilihat dari tabel di atas responden setuju dengan harga yang terjangkau yang ditawarkan oleh produk motor matic Yamaha.

Berdasarkan uraian di atas, dimana pasar selalu dinamis dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka menarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha Di Kecamatan Kemuning Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan data yang diperoleh apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha Di Kecamatan Kemuning Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha di kecamatan Kemuning Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang dimiliki selama dibangku kuliah. Menerapkan teori yang telah didapat dari perkuliahan dan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha di kecamatan Kemuning Palembang.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menambah acuan dan kepustakaan di Universitas dan kelak jika ada penelitian yang membahas tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Motor Matic Yamaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Danang Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Jakarta: Buku Seru
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media
- Fandy Tjiptono. 2017. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayu Media.
- Fandy Tjiptono. 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Kotler, philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principles Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing management*, 15th Edition New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi kedua, Salemba Empat, Jakarta*
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "*Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*". Jakarta: Erlangga.
- M. Iqbal, Hasan (2008), *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (statistis inferensif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- M. Iqbal, Hasan. 2012. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Edisi Kedua. Penerbit PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku konsumen dialihbahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta. Penerbit Pustaka Baru Press.

Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Wijaya, A.S. 2013. *Keperawatan Medikal Bedah 2, Keperawatan Dewasa Teori dan Contoh Askep*. Yogyakarta : Nuha Medika