

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sarana transportasi telah menjadi bagian yang penting dari kehidupan manusia saat ini. Hal ini dikarenakan transportasi merupakan salah satu sarana utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk bergerak dan berpindah dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan pembangunan yang ada di segala bidang saat ini, perkembangan sarana transportasi pun telah berlangsung dengan cepat. Mulai dari sarana transportasi yang sederhana sampai dengan sarana transportasi yang mewah yang telah kita jumpai saat ini.

Semakin majunya teknologi berdampak ke banyaknya perusahaan-perusahaan yang menciptakan kendaraan-kendaraan yang sangat canggih agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dengan semakin banyaknya sarana transportasi yang ada, apalagi apabila kendaraan tersebut mahal dan sangat berharga, maka pemiliknya tentu saja akan melakukan segala cara agar kendaraannya bisa tetap pada kondisi yang terbaik dari tahun ke tahun.

Ada beberapa cara untuk merawat mesin kendaraan agar tetap awet dan tahan lama. Di antaranya adalah dengan mengganti pelumas mesin setiap 1 bulan atau 2 bulan. Dalam hal ini, pelumas mesin yang berkualitas sangat dibutuhkan untuk menjaga performa kendaraan dan melindungi

mesin dari kerusakan. Oleh sebab itu, sekarang ini banyak sekali perusahaan-perusahaan di bidang pelumas mesin yang menciptakan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi dengan menggunakan teknologi-teknologi yang canggih untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka akan semakin banyak juga pilihan bagi para konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan cerdas dalam menghadapi setiap produk baru yang di luncurkan di pasar. Hal ini menuntut perusahaan untuk memanfaatkan kemampuan yang ada semaksimal mungkin serta selalu berusaha untuk mempunyai keunggulan dalam bersaing agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan juga memenangkan persaingan.

Suatu perusahaan juga harus bekerja keras untuk membuat kebijakan-kebijakan strategi baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan evaluasi kepada konsumen. Pada umumnya perusahaan mengalami kesulitan dalam memonitor produk yang di tawarkannya, tetapi perusahaan juga di harapkan mampu untuk memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan adanya perbedaan perilaku untuk masing-masing individu, dengan demikian

perusahaan diuntut untuk dapat memantau perubahan perilaku konsumennya, termasuk perilaku konsumen untuk berpindah merek.

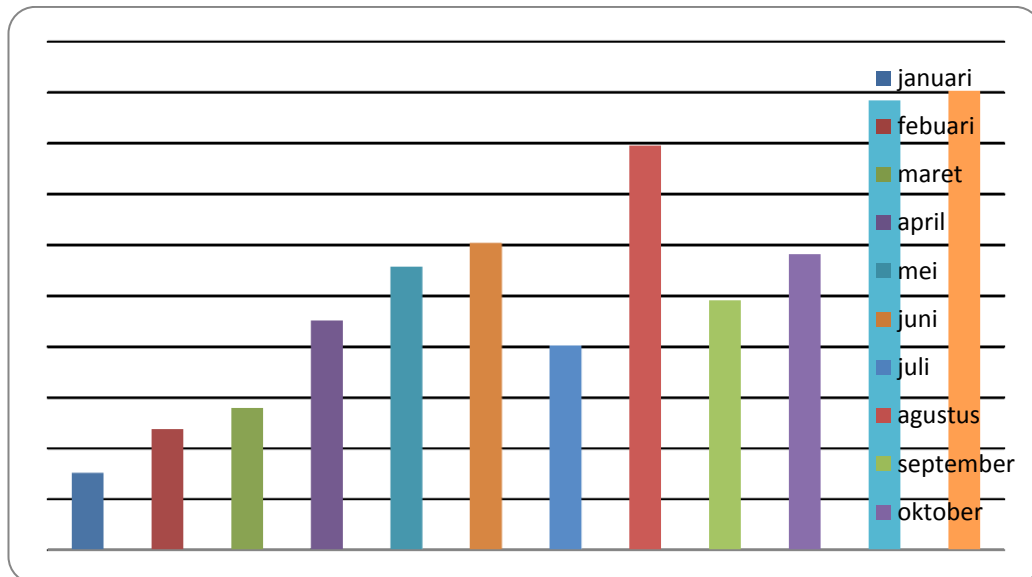
Pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan akan membentuk sebuah rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan bagi sebuah perusahaan.

Pemasar pada umumnya menginginkan agar pelanggan yang di ciptakannya dapat terus di pertahankan. Penting bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, salah satu cara dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap produk merupakan konsep yang penting dan perlu di pahami pemasar karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang lainnya, kepuasan konsumen merupakan hal yang harus di perhatikan oleh perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap aspek-aspek penting dalam perusahaan. Konsumen mempunyai pilihan jika konsumen merasa tidak puas akan produk yang telah di tawarkan oleh perusahaan, maka mereka dapat pergi atau beralih ke produk lain. Konsumen kemungkinan akan mencari alternatif lain kemungkinan juga akan melakukan perpindahan merek, bahkan konsumen juga dapat mempengaruhi orang lain dengan memberikan informasi yang

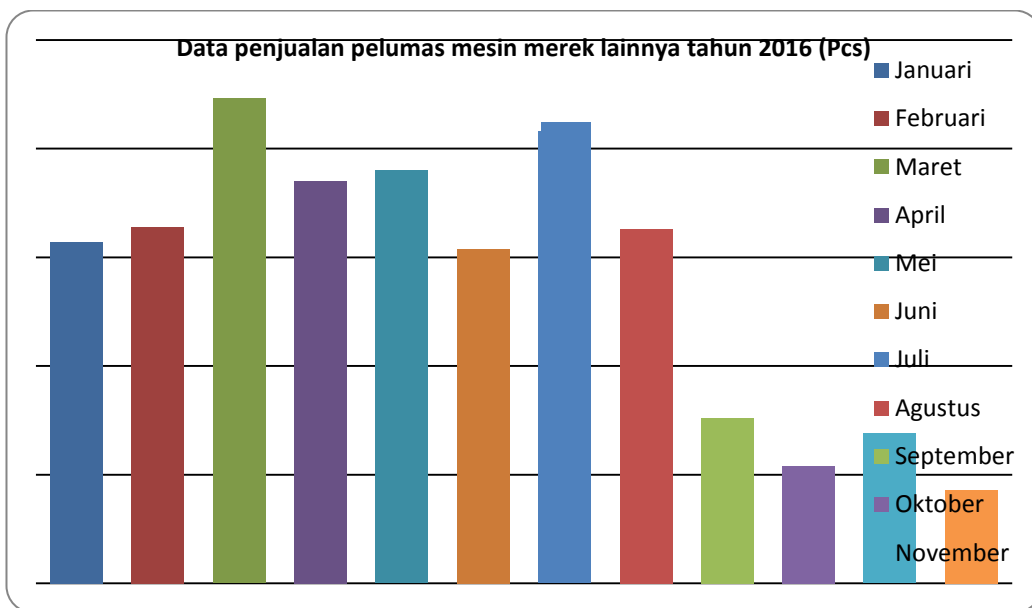
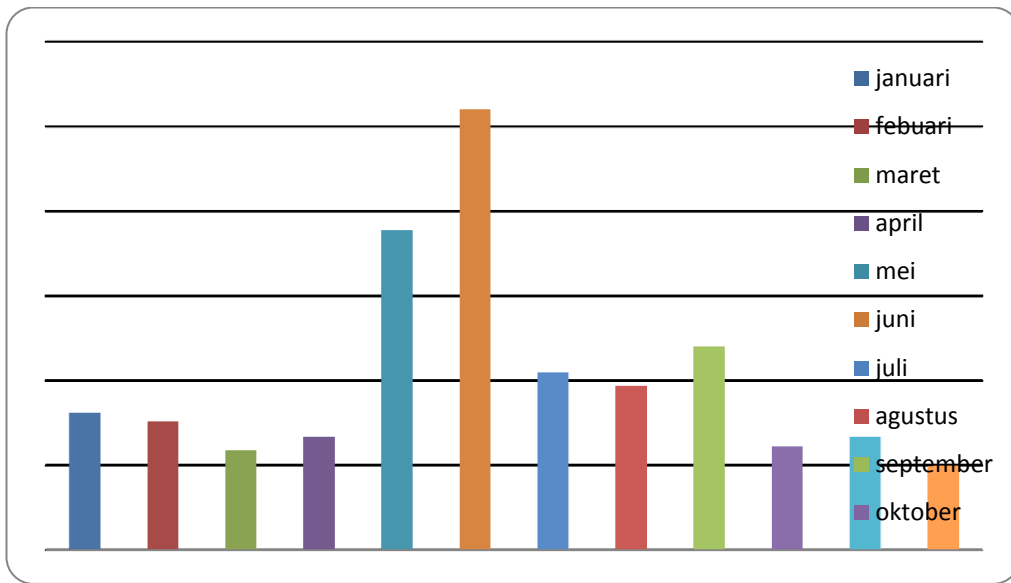
buruk tentang produk tersebut. Dengan demikian maka perusahaan harus mewaspadai tingkat kepuasan yang cukup, karena dengan semakin menurunnya kepuasan konsumen maka keinginan konsumen untuk berpindah merek akan semakin tinggi.

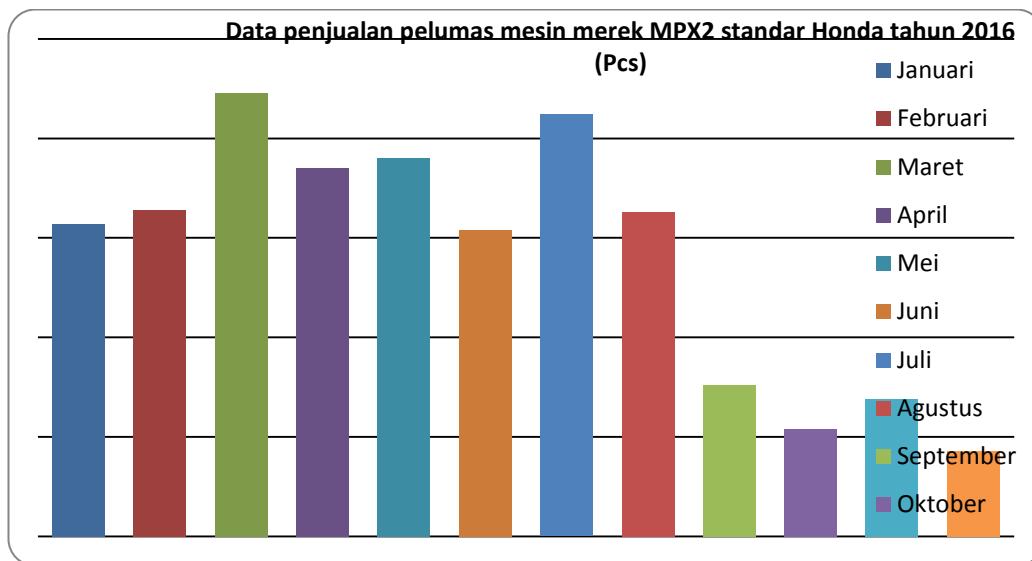
**Tabel 1.1**  
**Penjualan Oli**

Penjualan pelumas mesin mpx2 standar honda tahun 2015



Penjualan pelumas mesin tahun 2015 merek lain





Sumber : Ibu Hj. Lutfia Isnaini (Pemilik Toko)

Berdasarkan data yang telah di peroleh dari pemilik toko penjualan oli MPX2 standar Honda pada tahun 2015 mampu menjual 3.172 pcs sedangkan merek lainnya hanya menjual 1.232 pcs, sedangkan data dari tada yang telah di peroleh pada tahun 2016 pelumas mesin MPX2 standar Honda mengalami penurunan penjualan setiap bulannya, sehingga selama satu tahu pelumas mesin MPX2 standar terjual sebesar 1.690 pcs. Sedangkan merek lainnya mengalami kenaikan perbulannya. Dan jumlah keseluruhan penjualan pelumas mesin merek lain selama satu tahun adalah 2.047 pcs. Maka dapat di simpulkan bahwa produk pelumas mesin MPX2 standar Honda mengalami penurunan penjualan dan beralih kepada merek lainnya, di karenakan salah satu faktornya adalah dari segi harga dan faktor-faktor lain

Penelitian yang di lakukan Ishadi Indi Djastuti (2012) mengemukakan bahwa ketidak puasn konsumen dan perilaku mencari variasi berpengaruh

positif sedangkan iklan pesaing tidak signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, Junaidi dan Basu Swasta (2014) menyatakan bahwa perilaku perpindahan merek merupakan suatu fenomena yang kompleks yang di pengaruhi oleh faktor-faktor keprilakuan, pesaing, dan waktu, dimana perilaku perpindahan merek adalah perilaku pembelian suatu produk dengan merek yang berbeda dari merek favorit yang biasa di beli oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penelitian ini di berikan judul KETIDAK PUASAN PASCA KONSUMSI, KEBUTUHAN MENCARI VARIASI, HARGA, IKLAN PESAING DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK PELUMAS MESIN MPX2 STANDAR HONDA ( Studi kasus pada Mulyo Motor )

## **1.2 Ruang Lingkup**

Karena sangat luasnya permasalahan yang berkaitan dengan keputusan perpindahan merek, maka untuk menyederhanakan masalah, dalam penelitian ini masalah dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini bersifat deskripsi Kuantitatif
2. Obyek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan pelumas mesin MPX2 standar Honda di Mulyo Motor Jl. Kol.Sugiono Jepara.
3. Variabel yang di tentukan adalah ketidak puasan pasca konsumsi, kebutuhan mencari variasi, harga, iklan pesaing, dan juga kualitas terhadap keputusan perpindahan merek.

4. Dalam penelitian ini sampel yang di gunakan adalah konsumen yang menggunakan pelumas mesin MPX2 standar Honda.

### 1.3 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah timbulnya fenomena beralihnya konsumen pelumas mesin MPX2 Standar Honda ke pelumas mesin lainnya berdasarkan hasil survey tingkat *stratification*, *brand share* dan *advertising*.

Terjadinya perpindahan merek (*brand Switching*) pada pelumas mesin MPX2 Standar Honda di sebabkan karena banyaknya pesaing di pasaran yang memberikan kesempatan pada konsumen untuk berpindah merek dari MPX2 standar Honda ke merek pelumas mesin yang lain. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana dan seberapa besar pengaruh ketidak puasan konsumen pasca konsumsi, kebutuhan mencari variasi, harga, iklan pesaing, dan juga kualitas terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda”.

Untuk menjawab masalah peneliti tersebut maka akan di gunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh ketidak puasan konsumen pasca konsumsi terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda?
2. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda?



3. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda?
4. Bagaimanakah dan seberapa besar iklan pesaing mempengaruhi keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda?
5. Bagaimanakah dan seberapa besar pengaruh kualitas terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda?

#### **1.4 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula di rencanakan sehingga mempermudah peneliti mendapatkan data dan informasi yang di perlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang meneliti konsumen di mulyo motor jl.Kol sugiono yang obyeknya adalah pengguna oli MPX2 standar Honda.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka tujuan peleliti ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh ketidak puasan konsumen pasca konsumsi terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda.
4. Untuk mengetahui pengaruh iklan pesaing terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan khususnya bagi penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan merek (*Brand Swiching*) perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda dan melengkapi hasil penelitian sebelumnya, sehingga penelitian ini bisa di jadikan tambahan sebagai salah satu refrensi untuk kalangan akademik serta refrensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

### **1.6.2 Manfaat praktis**

Sebagai bahan informasi, data dan masukan bagi Mulyo Motor untuk lebih memahami sejauh mana peranan ketidak puasan pasca konsumsi, mencari variasi, harga, iklan pesaing dan kualitas produk terhadap keputusan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar

Honda, serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah di tetapkan.