

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman *modern* seperti sekarang ini, sarana transportasi telah menjadi bagian yang penting dari kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan transportasi merupakan sarana utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk bergerak dan berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan pembangunan yang ada di segala bidang saat ini, perkembangan sarana transportasi pun telah berlangsung dengan cepat.

Penjualan sepeda motor dewasa ini mempunyai prospek yang baik, perkembangan zaman yang semakin pesat membuat perusahaan yang ada di Indonesia harus menghadapi banyaknya persaingan dari lawan kompetitornya. Ketatnya persaingan dan perubahan yang terjadi sangat signifikan, hal ini dikarenakan semakin majunya teknologi yang diterapkan. Tujuan suatu bisnis perusahaan pada dasarnya adalah menciptakan pelanggan yang puas dan loyal terhadap produknya. Terciptanya loyalitas konsumen dapat memberikan beberapa manfaat yaitu hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya semakin dekat, maka pelanggan ini akan melakukan pembelian secara konsisten, dan hal ini akan menimbulkan hubungan sebab akibat antara pelanggan dan bertambahnya keuntungan atau laba perusahaan. Salah satu cara untuk mencapainya adalah strategi merek. Merek menjadi faktor penting dalam

persaingan dan menjadi asset perusahaan yang bernilai. Produk menjelaskan atribut inti sebagai suatu komoditi yang dipertukarkan, sedangkan merek menjelaskan spesifikasi pelanggan (Menurut Rangkuti dalam Putra, 2014:1319).

Loyalitas merek dapat diciptakan dengan memberikan *performance* yang terbaik untuk mereka. *Strong brand* atau merek yang kuat dikalangan konsumen dapat menciptakan brand trust atau kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, jadi setiap perusahaan harus berusaha untuk membuat merek dari produk atau jasa yang mereka tawarkan menjadi merek yang kuat (Menurut David Aaker dalam Julius dkk, 2014:155). Loyalitas konsumen terhadap merek ditentukan oleh asosiasi merek tersebut. Asosiasi merek adalah sekumpulan karakteristik/kesan yang bisa dihubungkan dengan suatu merek. Asosiasi terhadap merek digunakan oleh perusahaan untuk mendekatkan merek kepada konsumen (Menurut Aaker dalam Purwanto, 2013:187).

Asosiasi merek berfungsi untuk membantu proses penyusunan informasi yang dapat dikenal oleh konsumen, membedakan suatu merek dari merek lainnya, memberikan alasan bagi konsumen untuk membeli dan menggunakan merek tersebut, menciptakan sikap atau perasaan yang positif terhadap merek yang bersangkutan dan sebagai landasan bagi perusahaan untuk menciptakan rasa kesesuaian antara merek dan produk. Dalam asosiasi merek, ingatan konsumen terhadap suatu merek tidak hanya sebatas nama dan simbol saja, akan tetapi lebih dari itu yaitu ciri produk, karakteristik produk, dan ciri-ciri lainnya yang bisa mengarahkan suatu produk pada kelas tertentu. Asosiasi yang

melekat pada suatu perusahaan dan melekat pada mereknya dapat menjadi aset bisnis utama yang tahan lama karena mencerminkan posisi strategis merek tersebut, jadi konsumen akan memilih spesifikasi dan fitur dari motor yang konsumen inginkan. Asosiasi merek akan menjadi semakin kuat bila dilandaskan pada banyaknya pengalaman yang berkenaan dengan merek tersebut serta didukung dengan adanya jaringan dari kaitan-kaitan lain (Menurut Aaker dalam Purwanto, 2013:187). Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya oleh Putra (2014) yang menyatakan bahwa asosiasi merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Selain itu, loyalitas merek yang tinggi juga sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen tersebut terhadap sebuah merek. “Fokus pertama para pemasar adalah bagaimana kepercayaan mempengaruhi sikap terhadap merek dan bagaimana sikap terhadap merek mempengaruhi perilaku” (Menurut Sudaryono, 2014:44). Pengembangan kepercayaan merek merupakan proses jangka panjang, sebuah merek terpercaya peduli harapan pelanggan, memenuhi janji dan nilai pelanggan yang akhirnya mengarah pada kepercayaan merek dan kehandalan (Menurut Ballester dan Aleman dalam Arief, 2017:145). Karena itu jika suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaannya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi, maka konsumen akan semakin yakin dengan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan pada merek, komit terhadap merek, serta menganggap merek tersebut sebagai bagian dari dirinya.

Hal ini telah dinyatakan oleh peneliti sebelumnya Arief (2017) variabel kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Perusahaan Yamaha dan Honda menjadi penguasa pasar pada industri otomotif. Dilihat dari tipenya motor dengan jenis *matic* pada beberapa bulan terakhir meraih penjualan terbesar pada masing – masing merek, dengan kata lain sebagian konsumen lebih memilih untuk membeli dan menggunakan sepeda motor jenis *matic*, motor *matic* ini mudah dikendarai selain mudah dikendarai sepeda motor ini berdesain yang unik dan trendi, hal tersebut membuat kedua perusahaan bersaing secara keras memproduksi setiap motor dikelasnya menciptakan inovasi baru baik dari segi model maupun teknologi agar mendapatkan simpati dari para konsumennya.

Dengan begitu, PT.Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) meluncurkan generasi baru yaitu Yamaha Fino 125 *Blue Core* dengan keunikan dan keunggulan yang berbeda dari generasi sebelumnya, yang ditawarkan oleh Yamaha Fino 125 sekarang yaitu desain dan fitur yang lebih *stylish, elegant* dan retro. Dengan keunggulan body yang berbentuk ramping, spion bulat yang berkesan motor retro, lampu utama/*headlamp* yang menerapkan teknologi LED berdesain *Diamond Cut Lens* yang menghadirkan kesan mewah seperti kilauan berlian, lampu samping/lampu sein yang berbentuk seperti daun, desain jok *double seat* yang lebih *stylish*, adanya indikator yang tersusun rapi dan panel informasi seputar kendaraan membuat konsumen mengetahui masalah saat motor di kendarai, selain itu stoplamp dengan warna merah delima dan

berbentuk bulat menambah keindahan motor bergaya retro dengan begitu speedometer pada Yamaha Fino terkesan lebih atraktif dan lebih bergaya, untuk mesin Yamaha Fino menggunakan 125cc yang cukup besar tetapi Yamaha memiliki fitur sistem *eco reading* yaitu pendingin mesin udara *blue core* membuat kendaraan menghasilkan *performa* yang maksimal namun mengkonsumsi bahan bakar lebih irit dan efisien.

Selain keunggulan tersebut Yamaha Fino juga memiliki keunikan diantaranya adalah terdapat *advance key system* yaitu fitur sistem keamanan canggih *answer back* alat untuk memudahkan konsumen mencari kendaraan mereka di parkir, selain itu adanya fitur *auto open key shutter* memudahkan konsumen membuka pengaman kendaraan mereka dengan cara menekan tombol di *remote* kunci selama beberapa detik kendaraan mereka akan terbuka otomatis.

Dalam kelas Skutik Retro 110-125cc Yamaha Fino mempunyai pesaing dalam kompetitornya yaitu Honda Scoopy. Desain yang ditawarkan oleh Honda Scoopy tidak jauh berbeda dengan Yamaha Fino yang mengusung tipe motor dengan jenis skuter matik retro. Berikut adalah tabel keunggulan dari fitur dan spesifikasi untuk masing-masing tipe skuter matik retro 110-125cc :

Tabel 1.1
Keunggulan Fitur dan Spesifikasi Yamaha Fino 125 dan Honda Scoopy eSP

No	Fitur dan Spesifikasi	Yamaha Fino 125	Honda Scoopy eSP
1	Desain	Mengusung tampilan elegan dengan bentuk membulat serta dibekali speedometer cukup unik. Kesan retro semakin terlihat jelas dengan hadirnya spion bulat dan juga headlamp yang berkarakter klasik.	Mengusung tampilan bulat di sekujur tubuhnya, hanya saja ada beberapa bagian yang cukup membedakan mulai dari ban belakang terlihat lebih besar, lampu depan lebih bulat dan besar serta di dukung stoplamp unik.
2	Fitur	Menggunakan teknologi eSP (Enhance Smart Power) diklaim memiliki bahan bakar lebih hemat dan fitur Idling Stop System (ISS) yang membuat mesin kendaraan secara otomatis mati ketika motor berhenti selama 3 detik.	Menggunakan teknologi Blue Core diklaim lebih hemat mencapai 50 persen dibandingkan generasi sebelumnya dan dibekali fitur Answer Back System serta tambahan fitur auto open shutter.
3	Mesin	Mengusung mesin berkapasitas 110 cc saja dengan perbandingan kompresi 9,51 yang hanya memiliki tenaga sekitar 8,79 Ps pada 7.500 rpm sedangkan untuk torsi nya mencapai 9,1 Nm pada 6.000 rpm.	Untuk urusan tenaga Yamaha Fino 125 Blue Core sedikit diunggulkan karena mengusung mesin berkapasitas 125 cc dengan diameter x langkah 52,4 x 57,9 mm. Dengan tenaga maksimal mencapai 9,52 Ps pada putaran 8.000 rpm dan torsi 9,6 Nm pada 5.500 rpm.
4	Harga	Rp. 17.225.000,-	Rp. 18.650.000,-

Sumber: www.yamaha-motor.co.id dan www.astra-honda.com

Berdasarkan dari tabel 1.1 diatas, dapat disimpulkan kedua skuter matik retro ini sama-sama memiliki tampilan yang sangat elegan dan menarik sehingga cocok sekali digunakan oleh para kaum muda-mudi dan terkhusus bagi para anak muda yang ingin berpenampilan modis dan gaya dalam berkendara.

Keunggulan dapat diartikan sebagai salah satu asosiasi merek dimana para konsumen akan loyal terhadap suatu merek apabila merek yang dipilih oleh konsumen mempunyai keunggulan baik dari segi desain, fitur, mesin dan harga. Dalam hal ini Yamaha Fino 125 mempunyai keunggulan berdesain lebih *stylish* dan *elegant* dari kompetitornya dan dari segi fitur seperti lampu menggunakan LED, lampu sein berbentuk seperti daun, kapasitas mesin lebih besar, speedometer sudah menggunakan ECO indicator yaitu untuk menghemat bahan bakar.

Tabel 1.2

Data perbedaan penjualan dikategori tipe Skutik Retro 110-125cc sepanjang Tahun 2016-2018

Nama Sepeda Motor	Tahun		
	2016	2017	2018 per Februari
Yamaha Fino 125 (Premium dan Sporty)	148.554 Unit	143.127 Unit	17.351 Unit
Yamaha Fino 125 (Grande)			
Honda Scoopy 110 eSP	528.622 Unit	612.197 Unit	131.280 Unit

Sumber : <http://www.aisi.or.id>

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, Yamaha Fino 125 mengalami penurunan dalam penjualan dari tahun ke tahun dibandingkan dengan Honda Scoopy eSP. Hal ini disebabkan faktor kepercayaan konsumen terhadap Yamaha Fino 125

menurun karena beberapa hal seperti masalah pada V-belt cepat putus, seperti kendala pada bagian CVT, tromol velg pada bagian belakang cepat panas, tidak kuat untuk medan yang menanjak dan masih menggunakan ukuran ban lebih rendah satu step dari kompetitornya.

Dari pernyataan diatas penulis melakukan survei kepada 20 orang pengguna sepeda motor Yamaha Fino 125 di komunitas *Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi*. Sebagai data observasi pertama dengan menyebarkan berupa kuesioner mengenai kepercayaan para konsumen tersebut terhadap merek yang mereka pilih. Dari hasil observasi tersebut penulis memperoleh hasil sebagai berikut :



Tabel 1.3
Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek pada Yamaha
Fino 125

Sumber: Hasil olah data, 2018

Berdasarkan data tabel 1.3 dengan memberikan lima pertanyaan tentang

No	Pertanyaan terkait dengan kepercayaan merek terhadap Yamaha Fino 125	Nilai Rata - Rata
1	Konsumen percaya Yamaha Fino mampu memenuhi janji/kegunaan	3,4
2	Konsumen percaya Yamaha Fino memiliki kredibilitas yang baik	3,05
3	Yamaha Fino memberikan kesan motor <i>stylish</i>	3,4
4	Yamaha Fino memberikan kesan motor <i>elegant</i>	3,55
5	Iklan Yamaha Fino memberikan kesan kepercayaan produk	3,5
	Total	338

kepercayaan konsumen terhadap merek sepeda motor Yamaha Fino 125 maka diketahui bahwa hasil rata – rata yang diperoleh dari responden adalah 3.38 termasuk dalam kategori cukup percaya. Artinya secara keseluruhan responden cukup percaya untuk loyal kepada Yamaha Fino 125.

Walaupun kepercayaan konsumen terhadap merek Yamaha Fino 125 cukup, dalam hal ini Yamaha Fino 125 dinobatkan sebagai perwakilan dari tipe skuter matik retro 110-125cc dalam *Otomotif Award* 2017 bersama dengan Yamaha Mio M3, Honda Vario 125 eSP, Yamaha Aerox 155 VVA, dan Vespa Sprint 150 i-get akan tetapi dalam *Award* ini Yamaha Fino tidak dinobatkan sebagai *best of the best* skuter matik.

Tabel 1.4

Data kategori tipe motor Skuter Matik Otomotif Award 2017

Low Skutik 110-125 cc	Yamaha Mio M3 AKS SSS
High Skutik 110-125 cc	Honda Vario 125 eSP
Skutik Retro 110-125 cc	New Yamaha Fino 125 Blue Core
Skutik 150	Yamaha Aerox 155 VVA
Skutik 150 Retro	Vespa Sprint 150 i-get

Sumber : <https://otomotifnet.gridoto.com>

Berdasarkan Tabel 1.4 dari data diatas, menurut otomotif *award* 2017 pada kategori skuter matik, Yamaha Fino dinobatkan sebagai perwakilan tipe motor skutik retro 110 - 125cc. Dengan penghargaan tersebut mungkin dapat memberikan keyakinan kepada konsumen Yamaha Fino tentang produk dan merek yang mereka pilih karena apa yang mereka inginkan dapat dipercaya. Menurut Lau dan Lee dalam Julius, dkk (2014:159) Loyalitas merek adalah niat yang diekspresikan dalam perilaku untuk membeli suatu merek produk dan mendorong orang lain untuk membeli merek tersebut. Konsumen yang loyal terhadap sebuah merek mempunyai beberapa faktor diantaranya adanya asosiasi merek dalam benak konsumen terhadap produk tersebut dan konsumen itu tersebut percaya akan sebuah merek yang ia pilih.

Pelanggan yang loyal pada umumnya akan melanjutkan pembelian merek tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternatif merek produk pesaing yang menawarkan karakteristik produk yang lebih unggul dipandang dari sudut atributnya. Sebaliknya, pelanggan yang tidak loyal kepada suatu merek, pada saat mereka melakukan pembelian akan merek tersebut, pada umumnya tidak didasarkan karena ketertarikan mereka pada mereknya tetapi lebih didasarkan

kepada karakteristik produk, harga dan kenyamanan pemakaiannya ataupun berbagai atribut lain yang ditawarkan oleh merek produk alternatif.

Dari pernyataan diatas penulis melakukan survei kepada 20 orang pengguna sepeda motor Yamaha Fino di komunitas *Fino Owners* Indonesia Chapter Bekasi. Sebagai data observasi pertama dengan menyebarkan berupa kuesioner mengenai loyalitas para konsumen tersebut terhadap merek yang mereka pilih. Dari hasil observasi tersebut penulis memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.5
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek pada Yamaha Fino
125

No	Pertanyaan terkait dengan loyalitas merek terhadap Yamaha Fino 125	Nilai Rata - Rata
1	Saya membeli Yamaha Fino sesuai dengan ketertarikan mereka	4.4
2	Saya puas dengan produk Yamaha Fino	4.25
3	Yamaha Fino memberikan nyaman berkendara	4.15
4	Yamaha Fino memberikan kesan motor retro <i>classic</i>	4.2
5	Saya membeli berdasarkan kualitas Yamaha Fino	4.1
	Total	4.22

Sumber: Hasil olah data, 2018

Berdasarkan data tabel 1.5 dengan memberikan lima pertanyaan tentang loyalitas konsumen terhadap merek sepeda motor Yamaha Fino 125 maka diketahui bahwa hasil rata – rata yang diperoleh dari responden adalah 4.22

termasuk dalam kategori sangat percaya. Artinya secara keseluruhan responden sangat percaya untuk loyal kepada Yamaha Fino 125.

Dalam hal ini asosiasi merek mempunyai peran penting untuk para konsumen untuk tetap loyal terhadap mereknya melihat konsumen mempunyai ingatan mengenai sebuah produk yang ia inginkan, selain konsumen mengingat tentang merek dari produk tersebut, konsumen juga mempunyai kepercayaannya terhadap sebuah merek merupakan faktor yang sangat penting dalam mengubah pembeli atau konsumen menjadi pelanggan pertama kali. Konsumen yang percaya pada suatu merek, cenderung akan mempercayakan masalahnya pada merek tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap merek akan berdampak terhadap kesetiaan sikap ataupun perilaku konsumen terhadap suatu merek dan konsumen juga percaya bahwa merek yang mereka inginkan dapat diandalkan, memberikan jaminan tidak merugikan dan kinerjanya sangat berharga atau sangat bermanfaat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan memilih judul penelitian tentang **“Pengaruh Asosiasi Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Fino 125” (Studi kasus pada Komunitas Fino Owners Indonesia Chapter Bekasi).**

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut :

1. Asosiasi Merek yang tinggi dibenak konsumen tentang produk Yamaha Fino harus lebih dipertahankan agar konsumen tetap konsisten terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Fino 125.
2. Kepercayaan Merek konsumen yang cukup baik kepada Yamaha Fino 125 harus lebih dikembangkan agar lebih meningkatkan loyalitas konsumen terhadap sebuah merek dan menambah konsumen dari Yamaha Fino 125 tersebut.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh asosiasi merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka perumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh asosiasi merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125 ?

2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125 ?
3. Apakah terdapat pengaruh asosiasi merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek produk sepeda motor Yamaha Fino 125 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana asosiasi merek dan kepercayaan merek yang mempengaruhi loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125 di Komunitas Yamaha Fino *Owners* Indonesia Chapter Bekasi dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh asosiasi merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125,
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125,
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh asosiasi merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan peneliti memperoleh dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berkenaan dengan asosiasi merek dan kepercayaan merek yang berdampak pada loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menghasilkan informasi yang berguna bagi penulis yakni mengenai pengaruh asosiasi merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek sepeda motor Yamaha Fino 125.

b. Bagi Perguruan tinggi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

c. Bagi Praktisi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi dan manfaat bagi para konsumen yang ingin membeli suatu barang. Dengan di dorong oleh rasa kepercayaan akan suatu merek tertentu dan ingatan mengenai sebuah produk dari merek tersebut.

