

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun terbilang sangatlah pesat sehingga kebutuhan akan alat transportasi terus meningkat setiap tahun. Transportasi merupakan salah satu sarana yang diperlukan bagi masyarakat untuk menjalankan aktivitasnya sehari-hari baik itu untuk mengantar ke sekolah, kuliah, bekerja dan juga kegiatan lainnya. Transportasi dapat diartikan sebagai pergerakan atau usaha pemindahan baik itu orang ataupun barang dari suatu tempat yang disebut tempat asal ke tempat lainnya atau lokasi tujuan, untuk keperluan dan tujuan tertentu menggunakan alat tertentu pula menurut Miro (2012). Alat transportasi yang paling populer di Indonesia adalah kendaraan roda dua atau sepeda motor di karenakan ukurannya yang ramping sehingga dapat melewati kemacetan dengan mudah. Banyaknya kebutuhan akan transportasi roda dua membuat banyak perusahaan yang bergerak di bidang otomotif khususnya roda dua menciptakan berbagai macam tipe dan jenis motor mulai dari motor bertipe *skutic*, *underbound* hingga *sport fairing*.

Dalam perkembangannya kendaraan roda dua atau sepeda motor memiliki berbagai tipe yang ditawarkan untuk konsumen. Salah satunya adalah roda dua atau sepeda motor bertipe *sport fairing* yang sangat di diminati. Memiliki tampilan yang menarik dengan *cover body* yang serupa dengan motor balap, memiliki kapasitas mesin yang mencapai 250cc dan juga tampilan yang aerodinamis sehingga motor

bertipe *sport fairing* memiliki nilai tambah tersendiri dibandingkan dengan motor bertipe lainnya.

Dengan adanya beberapa perusahaan otomotif besar di dalam negeri yang bersaing demi menciptakan motor bertipe *sport fairing* dengan ekuitas merek terbaik agar dapat memuaskan para konsumennya. Dengan menciptakan ekuitas merek yang baik hal ini dapat mempengaruhi dan mengiring opini calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian kendaraan roda dua atau sepeda motor bertipe sport yang di tawarkan oleh produsen. Ekuitas merek sendiri merupakan kekuatan dari suatu merek. Dengan adanya kekuatan merek yang kuat perusahaan dapat mengatur dan mengelola aset mereka dengan baik. Ekuitas merek merupakan nilai tambah yang diberikan terhadap produk dan jasa yang terlihat melalui cara konsumen berpikir, merasa dan bertindak dalam hubungannya dengan merek menurut Kotler dan Keller (2013). Ekuitas merek memiliki empat buah komponen atau dimensi yaitu kesadaran merek adalah suatu kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat kembali mengenai sebuah produk tertentu. Persepsi kualitas menunjukkan respons keseluruhan konsumen terhadap kualitas dan keunggulan yang ditawarkan merek. Asosiasi Merek berkaitan dengan segala sesuatu yang terkait dalam memori konsumen terhadap sebuah merek. Loyalitas merek adalah kesetiaan dalam berlangganan atau membeli ulang suatu merek di masa mendatang.

Di indonesia sendiri salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri otomotif khususnya roda dua atau sepeda motor yaitu *Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM)* yang sudah berdiri sejak 6 juli 1976. Yamaha sendiri

memproduksi lebih dari 30 jenis kendaraan roda dua atau sepeda motor. Mulai dari kendaraan bertipe *matic*, *underbound* dan bertipe *sport*. Ekuitas Merek motor Yamaha sendiri sudah tidak perlu di ragukan hingga saat ini. Kendaraan roda dua atau sepeda motor Yamaha di desain dan disesuaikan dengan kondisi di Indonesia sehingga kemampuan dan ketawahan kendaraan roda dua atau sepeda motor dapat di gunakan hingga jangka panjang. Selain memiliki ekuitas merek yang baik YIMM juga memiliki baik banyak penghargaan yang diraih oleh merek Yamaha baik itu dari produk kendaraan roda dua maupun produk lainnya seperti sparepart yang dimiliki Yamaha. Yamaha pada tahun 2014 baru saja mengeluarkan produk terbaru berupa kendaraan roda dua atau sepeda motor bertipe *sport fairing* yaitu Yamaha YZF R25. Sepeda motor bertipe *sport fairing* yang memiliki tipe mesin segaris dengan dua silinder dengan kapasitas mesin 250cc dan memiliki bentuk seperti motor balap.

Di Indonesia sendiri ada perusahaan otomotif yang sudah terlebih dahulu mengeluarkan kendaraan roda dua atau sepeda motor bertipe *sport* yaitu Honda. Honda sendiri mengeluarkan motor bertipe *sport* pada tahun 2011 yaitu Honda CBR 250R. meskipun Yamaha baru mengeluarkan produk bertipe *sport fairing* namun dikarenakan ekuitas merek yang dimiliki oleh YIMM membuatnya mampu mendorong produk baru mereka Yamaha YZF R25 dapat bersaing dipasaran sepeda motor. Hal ini tentu di didorong dengan berbagai macam kegiatan iklan yang di lakukan oleh pihak Yamaha naik itu iklan dengan mengkontrak pembalap nasional Indonesia hingga pembalap internasional seperti Valentino Rossi dan Maverik Vinales sebagai brand ambassador produk Yamaha YZF R25. Pihak Yamaha juga

mengadakan kegiatan-kegiatan balap motor khusus kendaraan roda dua atau sepeda motor yamaha bertipe R salah satunya YZF R25. Tentu hal ini bertujuan untuk menaikkan ekuitas merek dari produk Yamaha tersebut hal ini menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

Type Test	YZF R25	CBR 250R
0-60 km/jam	3.1s	3.4 s
0-80 km/jam	4.7s	5.3s
0-100 km/jam	7s	8.2s
0-100 meter	6.3s	6.6s
0-201 meter	9.7s	10.2s
0-402 meter	15.5s	16.2s
Top Speed on Racelogic	158.4 km/jam	150.7 km/jam
Top Speed on Speedo	170 km/jam	165 km/jam
Konsumsi Bahan Bakar	22.7 km/L	26.7 km/L
Horse Power	29.43HP	23.33HP
Bobot	166 kg	164 kg
Sumber : OTOMOTIF Edisi 05:XXIV & Edisi 15:XXI		

Tabel 1.1
Perbandingan Performa Yamaha YZF R25 dengan CBR 250r

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas menunjukkan keunggulan produk keluaran Yamaha YZF R25 di bandingkan dengan salah satu pesaing yaitu CBR 250r dapat dilihat bahwa Yamaha YZF R25 hampir unggul di setiap perbandingan yang di tunjukkan.

Di Yogyakarta sendiri pengguna Yamaha YZF R25 bisa terbilang sangatlah banyak. Pengguna Yamaha YZF R25 terdiri dari berbagai macam kalangan baik itu

dari kalangan pelajar, mahasiswa hingga pekerja. Di Yogyakarta sendiri ada komunitas motor yang berdiri berdasarkan kegemaran terhadap sepeda motor Yamaha YZF R25. Hal ini menunjukkan kualitas merek yang di tawarkan oleh Yamaha YZF R25 sangatlah baik. Hal ini juga di dukung oleh bengkel-bengkel kendaraan roda dua atau sepeda motor Yamaha yang ada di Yogyakarta menyediakan tempat khusus untuk melakukan pemeriksaan dan perbaikan khusus untuk tipe R series salah satunya yaitu yamaha YZF R25.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan dia atas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Bagaimana tingkat Pengaruh dari komponen ekuitas merek terhadap minat beli ulang. Maka dari itu peneliti mengambil judul penelitian ini adalah “Pengaruh komponen Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Studi pada konsumen Yamaha YZF- R25 di Yogyakarta“.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan dan di sampaikan dalam latar belakang, maka terdapat rumusan masalah yang telah di susun dalam penelitian ini:

1. Apakah kesadaran merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta ?
2. Apakah assosiasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta ?
3. Apakah persepsi kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta ?

4. Apakah loyalitas merek memiliki pengaruh yang signifikan minat beli ulang Yamaha YZF R25 di Yogyakarta ?

1.3 Batasan Masalah

Agar dalam penyusunan penelitian lebih spesifik, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian di lakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Objek penelitian adalah pengguna Yamaha YZF R-25.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan di atas , maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25.
2. Untuk mengetahui pengaruh assosiasi merek terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25.
3. Untuk mengetahui pengaruh persespsi kualitas terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25.
4. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas merek terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Untuk memberitahu apakah komponen ekuitas merek berpengaruh terhadap minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25.

2. Manfaat bagi perusahaan terkait.

Bagi perusahaan terkait hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan mengenai hal yang mempengaruhi minat beli ulang sepeda motor Yamaha YZF R25 yang dilakukan konsumen. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan mampu mengetahui perkembangan permintaan pasar serta pengembangan produk Yamaha YZF R25.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan teori-teori yang di gunakan sebagai dasar penelitian, manfaat penelitian dan hasil penelitian sebelumnya.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang ruang lingkup penelitian, objek penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan metode analisis data yang di gunakan

Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini berisikan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan seluruh hasil penelitian yang telah dikumpulkan oleh penulis.

Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh, selanjutnya bab ini juga diuraikan mengenai keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya serta implikasi manajerial yang bermanfaat bagi perusahaan.

