

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan *output* bagi konsumen dan perusahaan itu sendiri. Adanya kegiatan pemasaran membantu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan memasarkan produk yang dikembangkan oleh perusahaan, semakin baik strategi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produk, maka semakin besar peluang pendapatan dapat diperoleh dalam suatu perusahaan.

Transportasi darat seperti sepeda motor hampir setiap tahunnya mengalami peningkatan pembelian di Indonesia, hal ini dikarenakan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi tersebut. Dalam penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat beragam dan unik agar dapat memperkenalkan tipe motor yang dilakukan para produsen motor (Widiyanti, 2018).

Menurut Band dalam Abbas (2015), yang mengatakan bahwa kepuasan akan tercapai ketika kualitas memenuhi tujuan, keinginan dan kebutuhan konsumen, sebaliknya bila kualitas tidak memenuhi dan tidak melebihi harapan konsumen maka kepuasan tersebut tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa, akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Merujuk pengertian di atas, kepuasan konsumen adalah salah satu hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan yang merupakan salah satu keinginan dari perusahaan tersebut. Selain sebagai faktor penting bagi

perusahaan, dengan adanya kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan perusahaan tersebut. Konsumen yang merasa puas terhadap strategi pemasaran 4P yang dilakukan suatu perusahaan akan memberi atau menyarankan kepada orang lain mengenai produk tersebut.

Pangkalpinang adalah Ibu Kota Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penggunaan motor di Kota Pangkalpinang berkembang sangat pesat, seiring perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi di Kota Pangkalpinang yang membawa perkembangan bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor. Berikut nama *dealer* dan jenis *dealer* Yamaha yang ada di Pangkalpinang :

**Tabel I.1 Nama dan jenis *dealer* Yamaha Pangkalpinang**

No	Nama <i>Dealer</i>	Jenis <i>Dealer</i>
1	Yamaha Center (CV Sumber Jadi)	3S
2	YC. Flagship	3S
3	SJ. Jln. Koba	3S
4	SJ. Bukit Intan	3S
5	SJ. Jalan Mentok	1S

Sumber : CV. Sumber Jadi Pangkalpinang

Berdasarkan tabel I. 1 diatas, dealer Yamaha Pangkalpinang memiliki 5 *dealer* dengan jenis yang berbeda-beda, seperti *dealer* 3S (jual motor, jual *sparepart*, dan servis motor), *dealer* 2S (jual motor dan servis motor), dan *dealer* 1S (jual motor).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian motor merek Yamaha dikarenakan pada tahun 2007 Yamaha pernah menjadi *market leader*, namun hanya beberapa bulan terakhir. Puncak penjualan Yamaha ada pada tahun 2009 awal, namun hingga sekarang Yamaha tidak pernah lagi menjadi *market leader*. Posisi Yamaha mengalami penjualan yang tidak selamanya meningkat, apalagi

setelah mengalami puncak penjualan yang tinggi dan sampai sekarang Yamaha tidak pernah lagi menjadi *market leader*.

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mengklaim bahwa penjualan roda dua di tanah air tahun 2018 cukup meningkat. Kondisi ini dari penjualan motor yang telah melebihi target membuktikan pencapaian positif dari penjualan sebelumnya.

Menurut Sigit Kumala dari ketua bidang komersial AISI tahun 2018 cukup baik, apa yang ditargetkan bisa meningkat. Akhir tahun 2018, penjualan motor mencapai 6.383.111 unit, dibandingkan 2016 penjualan motor hanya 5.931.258, bahkan tahun 2017 turun menjadi 5.886.103 unit. Berdasarkan data tersebut, penjualan sepeda motor di tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 497.008 unit.

Berikut hasil penjualan motor di Indonesia tahun 2018 :

**Tabel I. 2 Hasil penjualan motor di Indonesia tahun 2018**

No	Merek	Penjualan (Unit)
1	Honda	4.759.202
2	Yamaha	1.455.088
3	Suzuki	89.508
4	Kawasaki	78.982
5	TVS	331

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2019

Hasil tabel I.2 dapat dilihat hasil penjualan motor di Indonesia tahun 2018, merek motor Yamaha menempati posisi urutan kedua dengan penjualan sebanyak 1.455.088 unit, masih jauh dibandingkan dengan penjualan motor merek Honda yang menempati urutan pertama dengan total penjualan 4.759.202 unit, hal ini menunjukkan bahwa merek motor Yamaha belum menjadi pemimpin penjualan dalam industri otomotif khususnya kendaraan motor di Indonesia.

Salah satu unsur yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah bauran pemasaran, yaitu dengan adanya 4P (*product, price, place, dan*

*promotion*). Menurut penelitian Amilia dan Novianti (2016), 4P berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Wibowo dan Priansa (2017) strategi pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*) adalah suatu alat pemasaran terkendali produk, harga, tempat, dan promosi yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dari pasar sasaran, sedangkan menurut Buchari (2014) bauran pemasaran adalah strategi dengan kegiatan-kegiatan pemasaran yang dapat menjadicampuran maksimum sehingga dapat mencapai hasil yang memuaskan.

Berdasarkan observasi peneliti selama satu bulan di Kota Pangkalpinang, khususnya Kelurahan Pintu Air. Ada banyak merek kendaraan roda dua yang digunakan, peneliti hanya melakukan wawancara terhadap pengguna kendaraan roda dua merek Yamaha. Berikut hasil survey awal kepada 30 orang pengguna motor Yamaha pada tanggal 22 April sampai 27 April 2019 tentang kepuasan pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang yaitu sebagai berikut :

**Tabel I. 3 Hasil Survey Awal tentang kepuasan pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang**

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1	Apakah anda puas dengan 4P ( <i>Product, Price, Place, dan Promotion</i> ) yang diterapkan perusahaan Yamaha?	Ya : 9	Ya : 30
		Ragu-Ragu : 9	Ragu-Ragu : 30
		Tidak : 12	Tidak : 40

Sumber : Diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel 1.3 dari survey awal yang dilakukan terhadap 30 responden pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang tentang kepuasan konsumen terhadap 4P yang diterapkan oleh Perusahaan Yamaha dengan persentase jawaban tidak 40%, maka dapat dikatakan konsumen

pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang belum merasa puas dengan penerapan 4P yang diterapkan perusahaan Yamaha di Kota Pangkalpinang.

Bauran pemasaran adalah suatu konsep dalam teori pemasaran modern yang terdiri dari beberapa konsep yang digunakan perusahaan, yang dikenal dengan konsep 4P yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), dan *promotion* (promosi). Keunggulan barang dari konsep 4P yang diketahui oleh konsumen agar membuat konsumen tertarik untuk mencoba membeli produk, setelah konsumen memiliki dan mencoba barang tersebut barulah konsumen bisa memutuskan puas atau tidak terhadap barang yang dibelinya.

Produk yang dapat diklasifikasikan atau dibedakan menurut macamnya. Produk menunjukkan kekuatan sebuah produk untuk menjalankan tugasnya, ciri produk merupakan sarana kompetitif yang dapat membedakan produk perusahaan dengan produk perusahaan lain sedangkan desain dapat digunakan atas manfaat produk serta motifnya. Jadi produk tidak hanya melihat penampilan, tetapi hendaknya berupa produk yang terlihat simpel, aman, tidak mahal, sederhana, dan ekonomis dalam proses produksi dan distribusinya (Wibowo dan Priansa, 2017).

Data hasil survey awal selanjutnya untuk memperkuat data yang telah ada dengan melakukan pembuktian tentang produk terhadap pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang sebagai berikut :

**Tabel I. 4 Hasil Survey Awal Konsumen tentang produk terhadap kepuasan pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang**

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1	Kualitas produk yang ditawarkan perusahaan Yamaha di kota Pangkalpinang sangat baik	Ya : 9	Ya : 30
		Ragu-Ragu : 10	Ragu-Ragu : 33,3
		Tidak : 11	Tidak : 36,7
2	Spesifikasi produk yang dijelaskan oleh pihak dealer sangat sesuai	Ya : 8	Ya : 26,7
		Ragu-Ragu : 10	Ragu-Ragu : 33,3
		Tidak : 12	Tidak : 40

Sumber : Diolah peneliti (2019)

Hasil tabel I.4 menunjukkan hasil survey awal tentang produk terhadap pengguna motor Yamaha di Kota Pangkalpinang Kelurahan Pintu Air, konsumen menilai kualitas produk yang ditawarkan perusahaan Yamaha Kota Pangkalpinang jawaban tidak dengan persentase 36,7%, dan spesifikasi produk yang dijelaskan oleh pihak *dealer* sangat sesuai dengan persentase jawaban tidak sebesar 40%, maka dapat dikatakan konsumen pengguna motor Yamaha di Kota Pangkalpinang belum merasa puas dengan produk yang ada di berikan perusahaan Yamaha Pangkalpinang.

Berdasarkan wawancara terhadap beberapa orang konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang, mereka mengatakan bahwa kelengkapan produk dan kualitas produk yang ditawarkan belum baik seperti desain yang kurang bagus, spesifikasi mesin yang kurang baik, warna produk cepat memudar, bahan bakar yang boros, dan *sparepart* yang tidak tahan lama. Konsumen juga menjelaskan bahwa spesifikasi produk yang dijelaskan oleh pihak dealer belum sesuai dan tidak lengkap sehingga mereka sulit memahami tentang spesifikasinya.

Dari hasil survey tersebut dapat diketahui bahwa dengan kualitas produk dan penjelasan spesifikasi produk yang didapatkan oleh konsumen belum memberikan tingkat kepuasan yang diharapkan karena masih banyak kekurangan yang didapatkan oleh konsumen Kota Pangkalpinang Kelurahan Pintu Air. Produk Yamaha dapat dikatakan belum maksimal dalam menciptakan bauran pemasaran tentang produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Harga merupakan pernyataan nilai suatu produk yang merupakan elemen dari bauran pemasaran yang paling fleksibel (Lenzun, dkk, 2014). Merujuk pendapat diatas, harga merupakan sejumlah nilai yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diberikan dengan dipengaruhi beberapa faktor yang memberi dampak pada harga itu sendiri.

Untuk mengetahui konsumen merasa puas atau tidaknya dengan harga produk motor Yamaha, maka peneliti sudah melakukan survey awal tentang harga kepada konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang pada tabel 1.5 berikut:

**Tabel 1. 5 Hasil Survey Awal Konsumen tentang harga terhadap kepuasan pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang**

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1	Daftar harga produk yang ditawarkan di perusahaan Yamaha lebih terjangkau	Ya : 8	Ya : 26,7
		Ragu-Ragu : 10	Ragu-Ragu : 33,3
		Tidak : 12	Tidak : 40
2	Harga motor Yamaha sangat sesuai dengan kualitas produk	Ya : 8	Ya : 26,7
		Ragu-Ragu : 9	Ragu-Ragu : 30
		Tidak : 13	Tidak : 43,3

Sumber : Data diolah peneliti (2019)

Hasil tabel 1.5 menunjukkan hasil survey awal tentang harga yang diberikan oleh perusahaan Yamaha, konsumen menilai daftar harga produk yang ditawarkan perusahaan Yamaha lebih terjangkau dengan jawaban tidak dengan persentase

40%, dan konsumen menilai harga motor Yamaha sangat sesuai dengan kualitas produk yakni dengan jawaban tidak sebanyak 43,3%. Maka dapat dikatakan kepuasan pengguna motor Yamaha tentang harga belum merasa puas.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa konsumen untuk menanyakan tentang harga motor Yamaha di Pangkalpinang, mereka menyatakan bahwa harga produk yang ditawarkan belum terjangkau dan lebih mahal dibandingkan dengan merek jenis lainnya. Ini menunjukkan bahwa harga motor Yamaha lumayan tinggi dikalangan masyarakat pada umumnya. Harga yang mahal membuat konsumen berpikir lebih untuk membeli produk yang ditawarkan, dan ada rasa tidak puas terhadap harga produk yang diinginkan oleh konsumen tersebut.

Menurut Rares dan Jorie (2015), lokasi merupakan letak tempat yang strategis dari jangkauan konsumen meliputi lokasi, jarak, dan transportasi yang dilalui konsumen. Lokasi akan mempengaruhi jenis dan jumlah konsumen yang tertarik dengan lokasi yang strategis, kapasitas parkir yang memadai, dan transportasi yang mudah dijangkau. Merujuk pendapat diatas, lokasi merupakan letak yang strategis yang mudah dilalui konsumen dalam hal mencapai kebutuhannya, dengan keadaan lokasi yang mudah dijangkau dan parkir yang luas tentunya sangat membantu konsumen tersebut.

Hasil survey awal selanjutnya untuk mengetahui konsumen merasa puas atau tidak tentang lokasi *dealer* Yamaha, peneliti sudah melakukan survey awal kepada 30 orang konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang, dapat dilihat pada tabel berikut ini :



**Tabel 1. 6 Hasil Survey Awal Konsumen tentang lokasi terhadap kepuasan pengguna motor Yamaha di Kota Pangkalpinang**

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1	<i>Dealer</i> Yamaha mempunyai lokasi yang strategis dan mudah di jangkau	Ya : 9	Ya : 30
		Ragu-Ragu : 11	Ragu-Ragu : 36,7
		Tidak : 10	Tidak : 33,3
2	<i>Dealer</i> Yamaha memiliki tempat parkir yang memadai bagi para konsumen	Ya : 7	Ya : 23,3
		Ragu-Ragu : 10	Ragu-Ragu : 33,3
		Tidak : 13	Tidak : 43,3

Sumber : Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel 1.6 dari survey awal yang dilakukan kepada 30 responden pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang, tentang lokasi *dealer* Yamaha, konsumen *dealer* Yamaha memiliki lokasi strategis dan mudah dijangkau dengan jawaban ragu-ragu sebesar 36,7%, dan tempat parkir yang memadai bagi para konsumen dengan jawaban tidak sebesar 43,3%, maka dapat dikatakan konsumen pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang belum merasa puas dengan lokasi *dealer* Yamaha Pangkalpinang.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap beberapa konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang, kebanyakan dari mereka mengatakan tidak mengetahui lokasi *dealer* Yamaha, berarti lokasi *dealer* Yamaha masih kurang strategis sehingga konsumen sulit menjangkau dimana lokasi *dealer* Yamaha. Kemudian sebagian dari konsumen menjelaskan bahwa *dealer* Yamaha sempit, dan kurang memadai. Konsumen pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang merasa belum puas dengan lokasi dan keadaan yang ada di *dealer* Yamaha.

Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk atau jasa pada konsumen dan calon konsumen melalui penjualan perorangan, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan melalui periklanan (Aprianto, 2016). Suatu tujuan

promosi adalah untuk memberitahukan mengenai produk yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan konsumen.

Hasil survey awal selanjutnya untuk mengetahui konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang merasa puas atau tidak tentang promosi yang diberikan perusahaan Yamaha Kota Pangkalpinang, dari survey awal yang peneliti lakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 7 Hasil Survey Awal Konsumen tentang promosi terhadap kepuasan pengguna motor Yamaha Kota Pangkalpinang**

No	Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
1	Apakah anda mengetahui promosi yang dilakukan dengan memberikan diskon harga dan potongan harga untuk <i>event</i> tertentu yang dilakukan perusahaan atau <i>dealer</i> Yamaha	Ya : 9	Ya : 30
		Ragu-Ragu : 10	Ragu-Ragu : 33,3
		Tidak : 11	Tidak : 36,7
2	Perusahaan atau <i>dealer</i> Yamaha melakukan promosi dengan menyebarkan brosur dan memberikan penjelasan yang lengkap dan mudah dipahami	Ya : 7	Ya : 23,3
		Ragu-Ragu : 11	Ragu-Ragu : 36,7
		Tidak : 12	Tidak : 40

Sumber : Data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel 1.7 dari survey awal yang dilakukan kepada 30 responden pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang tentang promosi yang dilakukan perusahaan atau *dealer* Yamaha, konsumen mengetahui promosi yang dilakukan dengan memberikan diskon harga dan potongan harga untuk *event* tertentu dengan jawaban tidak sebanyak 36,7%, dan melakukan promosi dengan cara menyebarkan brosur dan memberikan penjelasan yang baik dan mudah dimengertidengan jawaban tidak sebanyak 40%.

Dari uraian hasil survey awal terhadap 30 orang responden tentang promosi yang dilakukan perusahaan atau *dealer* Yamaha Kota Pangkalpinang, mereka menceritakan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau *dealer* Yamaha kota Pangkalpinang masih kurang maksimal, dimana mereka

menjelaskan bahwa kebanyakan dari mereka terkadang tidak mengetahui sama sekali adanya promosi dan harga promo yang ditawarkan oleh perusahaan atau *dealer* Yamaha kota Pangkalpinang. Konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang mengatakan belum puas dengan promosi tersebut, dikarenakan penyebaran informasi dan promosi yang masih kurang dan belum sampai pada masyarakat luas, sehingga mereka sulit mengetahui bahwa terdapat promosi dan harga promo pada *event* tertentu.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan diatas, adanya beberapa fenomena yang ditemukan menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan dalam melakukan bauran pemasaran perusahaan atau *dealer* Yamaha Pangkalpinang. Maka dari itu perusahaan atau *dealer* Yamaha Kota Pangkalpinang membutuhkan konsep tentang bauran pemasaran yang lebih baik lagi untuk kedepannya yaitu dalam hal menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian tersebutmaka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkansuatu masalah dalam penelitian tersebut,yaitu :

1. Bagaimana gambaran umum bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) dan kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?

2. Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?
4. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?
5. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?
6. Apakah produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Tujuan pembatasan masalah untuk meringankan arah dan maksud penelitian ini dilakukan. Penulis membatasi pengkajian permasalahan yaitu tentang bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) dan kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha. Adapun objek penelitiannya adalah konsumen yang menggunakan motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang, sedangkan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang tahun 2018.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran umum mengenai bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) dan kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.
6. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun penelitian ini mencakup bermacam-macam manfaat, antara lain :

##### **a. Manfaat Teoritis**

1. Menggunakan ilmu yang telah diperoleh penelitian selama perkuliahan, untuk memperluas pengalaman, wawasan dan pengetahuan peneliti untuk berpikir secara kritis dan sistematis dalam mengalami permasalahan yang terjadi.

2. Mendapatkan kajian untuk pengembangan teori yang berkaitan dengan variabel produk, harga, lokasi, dan promosi serta Kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha, serta pengembangan teori-teori manajemen pemasaran.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan atau dealer Yamaha Kota Pangkalpinang dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk kedepannya dalam meningkatkan kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang.

c. Manfaat kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna motor Yamaha dalam menggunakan kendaraan roda dua merek Yamaha di Kelurahan Pintu Air Pangkalpinang. Dengan demikian penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi konsumen maupun bagi perusahaan atau *dealer* Yamaha Kota Pangkalpinang.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian tersebut menyajikan untuk memberikan gambaran isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bagian, sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini mengurai tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini menjelaskan tentang deskripsi teori dan kerangka berpikir beserta hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bagian ini menguraikan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, devisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis dan interpretasi data, serta pembahasan hasil.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari serangkaian pembahasan penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang perlu untuk disampaikan baik bagi objek penelitian maupun peneliti selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**