

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

#### **1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor dan PT.**

##### **Astra Honda Motor *Manufacturing***

#### **A. PT Yamaha Indonesia Motor**

Tahun 1971, Yamaha Motor Jepang mendirikan distributor resmi di Indonesia bekerjasama dengan konglomerat lokal dan memulai ekspor motor rakitan utuh dengan mesin 100 cc dari Jepang dan menjualnya secara lokal. Pada 6 Juli 1974, Yamaha motor mendirikan PT YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) yang berlokasi di daerah Pulogadung. Dalam perkembangannya, untuk memperkuat dan memperlancar usahanya, pada tahun 1990 PT YIMM bergabung dengan beberapa perusahaan lain, yaitu PT. Adiasa IIC, PT. Yamaha Harapan, PT. Sakti Cipta Logam Sakti, dan PT. Harapan Motor Sakti (PT. Karya Bakti). Gabungan dari beberapa perusahaan ini tetap diberi nama PT. YIMM. PT. YIMM merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Yamaha di Indonesia yang berwenang atas produk Yamaha roda dua di Indonesia.

Tanggal 29 Agustus 2001 didirikan pabrik suku cadang di Indonesia yang dinamakan PT. Moric Indonesia. Pabrik itu mulai beroperasi pada Januari 2002 dan didirikan dengan modal lima juta dolar AS yang terdiri dari 80% oleh Moric Co.,Ltd dan 20% oleh Yamaha Motor Asia Pte.Ltd. Perusahaan ini menyediakan dukungan finansial untuk semua perakitan dan *manufacturing* Yamaha di kawasan Asia Tenggara dan promosi perdagangan. Bulan November 2004, Yamaha Motor membuat pabrik *manufacturing* motor kedua di Karawang, Jawa Barat dengan nama PT. YMMWJ (Yamaha Motor *Manufacturing* West Java). Perusahaan ini merupakan anak perusahaan YIMM yang khusus membuat motor tipe moped (bebek) dan mempunyai kemampuan untuk memproduksi moped dalam skala besar.

Saat ini, Yamaha di Indonesia memiliki beberapa perusahaan yang saling terkait satu dengan yang lainnya, yaitu:

1. YMKI (Yamaha Motor Kencana Indonesia) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk pemasaran motor saja
2. YIMM (Yamaha Indonesia Motor Manufacturing) di Pulogadung Jakarta Timur, ditujukan untuk perakitan dan produksi motor.
3. YMMWJ (Yamaha Motor Manufacturing West Java) di Karawang Jawa Barat merupakan pabrik manufacturing kedua.
4. Yamaha POD di Cibitung untuk spare parts motor.
5. Yamaha Motor Electronic Indonesia untuk memproduksi alat-alat pengapian seperti CDI, stator dan rotor.
6. YMPMI (Yamaha Motor Parts Manufacturing Indonesia) di Karawang memproduksi *spare part* motor.

Seperti halnya sebuah nama, logo perusahaan pun memiliki arti atau makna tersendiri. Logo Yamaha disajikan sebagai berikut:



**Gambar 1. 1**  
**Logo PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing**  
Sumber: [www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id)

Makna logo perusahaan PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing tersebut memiliki makna sebagai berikut:

1. Warna biru pada tulisan “Semakin Di Depan” melambangkan warna kebanggaan Yamaha diajang balap sepeda motor paling bergengsi didunia. MotoGP. Penggunaan warna ini mencerminkan semangat untuk melakukan eksplorasi teknologi otomotif dan mengekspresikan kepercayaan diri dan pemikiran yang jernih dalam menghadapi tantangan.

2. Warna merah menunjukkan semangat, keberanian, kehangatan dan energi untuk selalu menjadi yang terdepan.
3. Gradasi warna mencerminkan *passion* dan *excitement* saat menjalani tahap proses untuk mencapai hasil maksimal.
4. Bentuk huruf didesain untuk merefleksikan karakter Yamaha yang ingin ditonjolkan, yaitu sporti dalam setiap penampilan dan performa, inovatif dalam setiap aktifitas, trendi untuk selalu memimpin tren dalam kompetisi.

Huruf A berwarna merah memiliki arti sebagai berikut:

1. *Affirmative* yang berarti selalu berfikir sebagai pemenang.
2. *Aspiration* yang berarti selalu memiliki cita-cita dan standar kualitas tinggi
3. *Action* yang berarti selalu berjuang bersama-sama dengan arah tujuan sama secara konsisten dan fokus.
4. *Achievement* yang berarti selalu percaya bahwa kita bisa mencapai kesuksesan dan melewati rintangan.

Desain huruf dengan garis desain yang mengarah ke atas mencerminkan bahwa keluarga besar Yamaha selalu bergerak maju dengan visi yang searah, berjuang bersama-sama untuk membangun diri dan Yamaha agar menjadi Semakin di Depan. Desain logo ini mencerminkan semangat baru dari seluruh keluarga besar Yamaha : konsumen, komunitas, fans, karyawan dan Yamaha.

## **B. Astra Honda Motor**

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (*completely knock down*).



**Gambar 1.2**  
**Logo Astra Honda Motor**  
Sumber : [www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com)

Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin empat tak dengan kapasitas 90cc. Jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, namun melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun dan terus berkembang hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu moda transportasi andalan di Indonesia.

Kebijakan pemerintah dalam hal lokalisasi komponen otomotif mendorong PT Federal Motor memproduksi berbagai komponen sepeda motor Honda tahun 2001 di dalam negeri melalui beberapa anak perusahaan, diantaranya PT Honda Federal (1974) yang memproduksi komponen-komponen dasar sepeda motor Honda seperti rangka, roda, knalpot dan sebagainya, PT Showa Manufacturing Indonesia (1979) yang khusus memproduksi peredam kejut, PT Honda Astra Engine Manufacturing (1984) yang memproduksi mesin sepeda motor serta PT Federal Izumi Mfg.(1990) yang khusus memproduksi piston.

Seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi serta tumbuhnya pasar sepeda motor terjadi perubahan komposisi kepemilikan saham di pabrikan sepeda motor Honda ini. Pada tahun 2001 PT Federal Motor dan beberapa anak perusahaan di merger menjadi satu dengan nama PT Astra Honda Motor, yang komposisi kepemilikan sahamnya menjadi 50% milik PT Astra International Tbk dan 50% milik Honda Motor Co. Japan.

Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki tiga fasilitas pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat. Pabrik ke dua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, serta pabrik ke tiga yang berlokasi di kawasan MM 2100 Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik ke tiga ini merupakan fasilitas pabrik perakitan terbaru yang mulai beroperasi sejak tahun 2005.

PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 4.2 juta unit sepeda motor per-tahunnya, untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat. Salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih PT Astra Honda Motor adalah pencapaian produksi ke 40 juta pada tahun 2013. Prestasi ini merupakan prestasi pertama yang berhasil diraih oleh industri sepeda motor di Indonesia bahkan untuk tingkat ASEAN.

Guna menunjang kebutuhan serta kepuasan pelanggan sepeda motor Honda, saat PT Astra Honda Motor di dukung oleh 1.800 showroom penjualan, 3.600 layanan service atau bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station), serta 7.550 gerai suku cadang, yang siap melayani jutaan penggunaan sepeda motor Honda di seluruh Indonesia. Industri sepeda motor saat ini merupakan suatu industri yang besar di Indonesia. Karyawan PT Astra Honda Motor saja saat ini berjumlah sekitar 20.000 orang, ditambah ratusan vendor dan supplier serta ribuan jaringan lainnya, yang kesemuanya ini memberikan dampak ekonomi berantai yang luar biasa. Keseluruhan rantai ekonomi tersebut diperkirakan dapat memberikan kesempatan kerja kepada sekitar setengah juta orang. PT Astra Honda Motor akan terus berkarya menghasilkan sarana transportasi roda dua yang menyenangkan, aman dan ekonomis sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat Indonesia.

### **1.1.2 Bidang Usaha PT. Yamaha Indonesia Motor dan PT. Astra Honda Motor *Manufacturing***

#### **A. PT Yamaha Indonesia Motor**

PT. YIMM merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan dan perakitan sepeda motor (*motor cycle*) dengan merek YAMAHA serta pengadaan onderdilnya (*spare parts*). Sebagai perusahaan otomotif yang berfokus untuk memproduksi sepeda motor, PT. YIMM melakukan diversifikasi dalam usaha yang digelutinya. Hal ini terlihat dari ketiga kategori motor yang diproduksinya:

##### **1. Motor *Automatic***

Motor jenis *automatic* merupakan motor yang dilengkapi dengan kopling otomatis sehingga pengendara tidak perlu repot-repot melakukan penggantian gigi. Beberapa tipe motor *automatic* yang diproduksi oleh Yamaha Indonesia adalah Mio Sporty, Mio, Nouvo, dan Nmax

##### **2. Motor 4 Tak**

Motor 4 tak adalah motor yang dilengkapi dengan 4 mesin tak, yaitu mesin yang cara bekerjanya terdiri dari 4 langkah (hisap, tekan, hisap, buang).

Proses pembakaran dalam mesin 4 tak berlangsung 4 kali sehingga lebih sempurna. Beberapa tipenya adalah Yamaha New Jupiter Z, Yamaha New Jupiter Z CW dan Yamaha New Vega R-DB.

3. Motor 2 Tak

Pada motor 2 tak, proses pembakaran dalam mesinnya berlangsung 2 kali sehingga gas buangnya masih banyak mengandung zat berbahaya. Dalam mesin jenis ini, piston hanya bekerja melalui dua tahap, yaitu hisap dan buang. Tipe dari jenis ini adalah Yamaha RX King.

**B. Astra Honda Motor**

Astra Honda Motor sendiri telah banyak memproduksi sepeda motor, produksi tersebut terbagi kedalam tiga kelas yaitu : kelas underbone, kelas sport dan kelas matic.

**Tabel 1.1**  
**Produk Astra Honda Motor**

<b>Kelas</b>		
<b>Underbone</b>	<b>Sport</b>	<b>Matic</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honda Astrea Grand</li> <li>• Honda Legenda</li> <li>• Honda Supra X/V/XX/Fit</li> <li>• Honda Kirana 125</li> <li>• Honda Karisma 125</li> <li>• Honda Supra X 125</li> <li>• Honda New Supra X 125</li> <li>• Honda Revo</li> <li>• Honda Blade</li> <li>• Honda Absolute Revo</li> <li>• Honda New Blad</li> <li>• Honda CS1 125</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honda GL Max</li> <li>• Honda Megapro 160</li> <li>• Honda New Megapro</li> <li>• Honda Tiger 2000</li> <li>• Honda Tiger Revo</li> <li>• Honda New Megapro FI</li> <li>• Honda Verza 150</li> <li>• Honda CB150R Street Fire</li> <li>• Honda CBR150R</li> <li>• Honda New CBR150R</li> <li>• Honda CBR250R</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honda Vario</li> <li>• Honda Beat Honda</li> <li>• Spacy Honda Scoopy</li> <li>• Honda Vario Techno</li> <li>• Honda Vario 125</li> <li>• Honda PCX 125 &amp; 150</li> <li>• Honda New Vario FI 110</li> </ul>

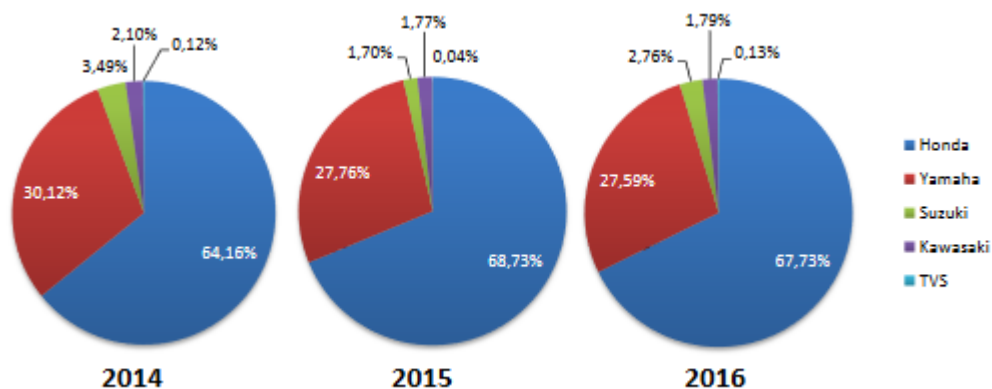
Sumber : [www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com)

**1.2 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu Negara di Asia yang memiliki pertumbuhan bidang otomotif yang signifikan dan diperkirakan dengan jumlah 2,3 juta kendaraan pada tahun 2019 mendatang (<http://www.kemenperin.go.id>). Hal tersebut

mendapat dukungan dari pemerintah dengan adanya kebijakan untuk perusahaan otomotif harus memiliki kandungan lokal untuk produknya sebanyak 60% agar terbebas dari pajak barang mewah untuk kendaraan tersebut (<http://www.gaikindo.or.id>). Salah satu perkembangan pesat di bidang industri otomotif nampak dari perkembangan sepeda motor yang setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Masyarakat Indonesia memilih kendaraan bermotor khususnya sepeda motor sebagai moda transportasi karena harganya yang relatif lebih murah, irit konsumsi bahan bakar, serta praktis dalam penggunaannya.

Perkembangan industri sepeda motor di Indonesia nampak dari data yang dirilis oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tahun 2016. Berdasarkan data AISI, pangsa pasar industri sepeda motor di Indonesia nampak dalam gambar sebagai berikut:



**Gambar 1.3**  
**Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2014 sd 2016**

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) Tahun 2016

Berdasarkan data yang disajikan dalam gambar 1.3 diketahui bahwa dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, industri sepeda motor di Indonesia didominasi (*market leader*) oleh sepeda motor merek Honda, sementara di posisi kedua didominasi (*market challenger*) oleh sepeda motor merek Yamaha, posisi ketiga diduduki oleh sepeda motor merek Suzuki, posisi keempat diduduki oleh sepeda motor merek Kawasaki, dan di posisi terakhir diduduki oleh sepeda motor merek TVS. Data tersebut menunjukkan bahwa persaingan bisnis pada industri sepeda motor semakin ketat dari tahun ke tahun.

Data perkembangan penjualan dan pangsa pasar (*market share*) dan penjualan sepeda motor di Indonesia secara lebih lengkap disajikan dalam tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Penjualan dan Pangsa Pasar Sepeda Motor di Indonesia**  
**Tahun 2014 sd 2016**

	2014		2015		2016*	
	Penjualan (Unit)	Market Share	Penjualan (Unit)	Market Share	Penjualan (Unit)	Market Share
Honda	5.051.100	64,16%	4.453.888	68,73%	655.734	67,73%
Yamaha	2.371.082	30,12%	1.798.630	27,76%	267.100	27,59%
Suzuki	275.067	3,49%	109.882	1,70%	26.770	2,76%
Kawasaki	165.371	2,10%	115.008	1,77%	17.355	1,79%
TVS	9.575	0,12%	2.747	0,04%	1.234	0,13%

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) Tahun 2016

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 1.2 diketahui bahwa tahun 2014 total penjualan sepeda motor merek Honda mencapai 5.051.100 unit, sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebesar 2.371.082 unit. Penjualan sepeda motor tersebut kemudian mengalami kemunduran di tahun 2015, dimana merek Honda hanya mampu menjual 4.453.888 unit, sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebanyak 1.798.630 unit, begitupun di tahun 2016 yang menunjukkan bahwa penjualan kedua merek sepeda motor tersebut mengalami kemunduran, dimana data penjualan sampai dengan triwulan I tahun 2016 merek Honda menjual sebanyak 655.734 unit sedangkan merek Yamaha mampu menjual sebanyak 267.100 unit.

Penjualan sepeda motor di Indonesia tidak terlepas dari produk sepeda motor itu sendiri. Produk merupakan objek vital bagi perusahaan yang mampu menentukan roda bisnis. Produk juga mempengaruhi keberhasilan untuk mendatangkan keuntungan atau laba yang akan tetap menjaga kinerja operasional perusahaan. Konsumen dan produk tidak bisa dipisahkan begitu saja. Mereka saling terikat satu dan yang lainnya, untuk membeli sebuah produk seorang konsumen tentu saja tidak mau asal-asalan.



Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2012:248). Melalui sebuah produk, perusahaan dapat dengan leluasa mencari konsumen. Melalui produk pula perusahaan dapat mengetahui tingkat kebutuhan konsumen, dapat menentukan strategi pemasaran seperti apa yang akan ditetapkan untuk produk tersebut (Aris Marwanto 2015:79).

Pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain. (Kotler dan Armstrong 2012:254). Oleh sebab itu agar dapat menarik perhatian untuk kemudian diakuisisi konsumen salah satu faktornya adalah atribut produk, atribut produk merupakan karakteristik dari produk atau jasa yang menghasilkan kemampuan untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat pada kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong 2012:254). Atribut produk yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena konsumen merasa bahwa produk tersebut memiliki kelebihan dan nilai tambah dibandingkan produk lain sejenis. Sehingga dapat diasumsikan bahwa atribut produk berbanding lurus dengan keputusan pembelian konsumen.

Salah satu segmen sepeda motor yang mengalami persaingan yang semakin kompetitif adalah skuter matik premium 150cc, dimana di dalamnya terdapat merek honda sebagai *market leader* agregat produk sepeda motor, dan merek Yamaha sebagai *market leader* khusus segmen skuter matik premium 150cc. Yamaha memasuki segmen skuter matik premium 150cc pada bulan Februari 2015. Jauh di tahun sebelumnya, merek Honda sebagai pesaing utama Yamaha, terlebih dahulu meluncurkan skuter matik premium 150cc yang dikenal dengan nama Honda PCX 150. Dalam hal penjualan Honda PCX berada jauh dari pesaingnya yaitu Yamaha dengan produk Yamaha NMax.

Keunggulan sepeda motor merk Yamaha NMax dibandingkan dengan sepeda motor merk Honda PCX disajikan dalam Tabel 1.3 berikut ini.

**Tabel 1.3**  
**Perbedaan Sepeda Motor Yamaha NMax dengan Honda PCX**

<b>Perbedaan</b>	<b>Yamaha Nmax</b>	<b>Honda PCX</b>
Lama pemesanan	Yamaha NMax diproduksi di dalam negeri oleh Yamaha Indonesia Motor Manufacturing sehingga waktu tunggu untuk mendapatkannya tidak terlalu lama.	Lamanya waktu pemesanan tersebut dikarenakan Honda PCX 150 tidak diproduksi di Indonesia, melainkan diimpor utuh (completely built up/CBU) dari pabrik Honda di Thailand.
Desain	Desain modern dan mewah. Desainnya mirip dengan varian skutik BMW. Survei kecil-kecilan yang dilakukan Kobayogas terhadap enam wanita, empat orang langsung mengagumi desainnya dan memberi NMax nilai 9 dari 10.	Desain PCX 150 tampak menarik pada pandangan pertama. Penampilannya elegan namun tak mengurangi kesan sporty.
Dimensi	Sekilas NMax tampak lebih besar daripada PCX walau sebenarnya PCX memiliki bodi lebih panjang. Nmax memiliki dimensi panjang 1.955 mm x 740mm x 1.115 mm.	Honda PCX 150 hadir dengan dimensi panjang 1.970 mm, lebar 738 mm, dan tinggi 1.094 mm,
Mesin	Terdapat filosofi mesin Blue Core, yang dilengkapi dengan VVA ( <i>variable valve actuation</i> ), yang secara presisi mengatur kinerja empat klep-nya. Seperti halnya PCX, NMax juga menggunakan pendingin cairan untuk menjaga performa mesin lebih baik. Meski sama-sama bersilinder tunggal, nyatanya NMax unggul dalam hal performa. NMax 150 mampu menghasilkan 14,7 hp pada 8.000 rpm, dengan torsi puncak 14,4 Nm diputaran 6.00 rpm.	Honda PCX 150 dibekali teknologi unggulan skutik Honda. Ia menggunakan mesin berteknologi eSP ( <i>enchanced smart power</i> ), ACG starter, Idling stop system, dan dilengkapi dengan pendingin cairan. PCX menghasilkan 12,9 hp pada putaran 8.500 rpm, dengan torsi 13,1 Nm pada 5.500 rpm.
Fitur Unggulan	NMax mengandalkan pengereman ABS sebagai fitur unggulan guna mencegah ban mengunci. Dilengkapi juga dengan standar samping dan lampu yang menggunakan LED.	PCX memiliki fitur-fitur canggih, diantaranya <i>Idling Stop System</i> , <i>Comby brake System (CBS)</i> , <i>PGM-FI</i> , alarm anti maling, standar samping otomatis, kunci kontak bermagnet, dan charger gawai/ponsel. Fitur ISS dalam PCX diklaim Honda merupakan fitur unggulan yang belum ada di skutik premium lain. Fitur ini secara

<b>Perbedaan</b>	<b>Yamaha Nmax</b>	<b>Honda PCX</b>
		otomatis akan mematikan mesin kendaraan saat berhenti lebih dari 3 detik. Mesin akan menyala kembali saat selongsong gas diputar.
Kaki Kaki	NMax menggunakan lingkaran pelek tak biasa, yakni 13 inci. Dengan ukuran ban 110/70-13 dan 130/70-13, membuat roda NMax nampak lebih besar. Sebagai penunjang pengereman, NMax mengusung rem cakram di kedua roda, dengan tambahan fitur Anti-lock Braking System (ABS) pada NMax versi ABS.	PCX hadir dibekali pelek berdiameter 14 inci, dengan ukuran ban 90/90-14 dan 100/90-14. Honda menggunakan rem cakram di depan dan tromol pada roda belakang.
Harga	NMax nyaris Rp12 juta lebih murah dari Honda PCX, yakni Rp27,9 juta (ABS) dan Rp23,5 juta (non ABS), karena diproduksi di dalam negeri oleh Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.	Dengan segala kelebihanannya, AHM berani membanderol PCX seharga Rp39,8 juta. Harga PCX jauh lebih mahal karena diimpor secara utuh (CBU) dari Thailand

Sumber: <https://beritagar.id/artikel/otogen/membandingkan-yamaha-nmax-dan-honda-pcx>

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel 1.3 nampak jelas perbedaan antara sepeda motor merek Yamaha NMax dan sepeda motor merek Honda PCX, dimana nampak bahwa sepeda motor merek Yamaha Nmax lebih unggul jika dibandingkan dengan sepeda motor merek Honda PCX.

Jika mengacu pada data yang disampaikan Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AISI), NMax terus mendominasi pangsa pasar sepeda motor matic 150 cc. Pada bulan Mei 2016, NMax mampu terjual secara domestik sebanyak 22.211 unit. Angka penjualan tersebut jauh meninggalkan PCX yang pada bulan Mei 2016 hanya terjual secara domestik sebanyak 500 unit. Secara total, dari Januari-Mei 2016, Yamaha NMax mampu terjual sebanyak 90.812 unit, sementara PCX di waktu yang sama hanya bisa menjual 2.189 unit. Tren penjualan NMax dari bulan ke bulan menunjukkan tren yang terus meroket. Pada bulan Januari 2016, motor tersebut mampu terjual 11.772 unit. Di bulan berikutnya, yakni Februari 2016, menjadi 13.999 unit. Pada Maret dan April, terus naik menjadi 20.998 unit dan 21.832 unit. Terakhir pada Mei 2016, menjadi 22.211 unit. Sedangkan PCX, sebenarnya terbilang stabil, berkuat pada angka itu-itu saja. Pada Januari 2016,

PCX terdistribusi lokal sebanyak 269 unit, naik menjadi 343 unit pada Februari, lalu 608 unit pada Maret, 469 unit pada April, dan terakhir 500 unit pada Mei (sumber: <http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/784462-nmax-benar-benar-gebuki-honda-pcx>).

Hasil survei pendahuluan yang dilakukan dengan cara menyebar angket tentang kepuasan atas atribut produk Yamaha NMAX dan Honda PCX terhadap 30 responden yang menggunakan Yamaha NMAX dan Honda PCX memperoleh hasil seperti disajikan dalam Tabel 1.4 sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Survei Pendahuluan tentang Atribut Produk**  
**Sepeda Motor Yamaha NMax dan Honda PCX**

Atribut Produk	Kepuasan	
	Yamaha NMax	Honda PCX
Merek Sepeda Motor	85%	93%
Kemasan/Body Sepeda Motor	95%	91%
Label Sepeda Motor	93%	95%
Pelayanan <i>Sales</i> dan <i>After Sales</i>	98%	98%
Jaminan <i>After Sales</i>	93%	99%

Sumber: Survei Pendahuluan Tahun 2016

Tabel 1.4 menginformasikan tentang kepuasan konsumen atas atribut produk Yamaha NMax dan Honda PCX, dimana terkait dengan merek sepeda motor maka Honda PCX lebih unggul dibanding dengan Yamaha NMAX, yaitu 93% berbanding dengan 85%. Terkait dengan kemasan atau *body* sepeda motor, maka Yamaha NMax lebih unggul dibandingkan dengan Honda PCX, yaitu 95% berbanding dengan 91%. Terkait dengan label sepeda motor maka Honda PCX lebih unggul dibandingkan dengan Yamaha NMAX, yaitu 93% berbanding dengan 95%. Terkait dengan pelayanan *sales* dan *after sales* antara Yamaha NMAX dan Honda PCX sama-sama memperoleh kepuasan yang sama, yaitu 98% berbanding dengan 98%. Terkait dengan jaminan *after sales*, maka Honda PCX lebih unggul dibandingkan dengan Yamaha NMAX, yaitu 99% berbanding dengan 93%.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan melaksanakan penelitian yang berjudul “Analisis perbandingan Atribut Produk Sepeda Motor Yamaha NMax dengan Honda PCX (Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Yamaha Nmax di Dealer JG Motor dan Honda PCX di Dealer Daya Adicipta Motora Kota Bandung Tahun 2016)”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana atribut produk sepeda motor Yamaha NMax dan Honda PCX berdasarkan persepsi konsumen di Kota Bandung.
2. Sebesara besar perbedaan antara atribut produk sepeda motor Yamaha NMax dan Honda PCX di Kota Bandung

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah pada laporan diatas, maka penulis melakukan penelitian tersebut yang bertujuan untuk :

1. Mengetahui atribut produk sepeda motor Yamaha NMax dan Honda PCX berdasarkan persepsi konsumen di Kota Bandung.
2. Mengetahui seberapa besar perbedaan antara atribut produk sepeda motor Yamaha NMax dan Honda PCX di Kota Bandung

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini disusun oleh penulis, adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Bagi peneliti dapat digunakan untuk menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh dibangku kuliah dan untuk mempertajam pengetahuan serta wawasan dalam ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai atribut produk.

- b. Bagi Universitas Telkom, hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pentingnya atribut produk dalam pemasaran.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar menuju penelitian yang berisi gambaran singkat mengenai isi skripsi yang menyangkut latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Merupakan tinjauan yang membuat konsep teori sebagai penguat dalam skripsi ini. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang digunakan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Merupakan metode penelitian yang digunakan, skala pengukuran, teknik pengumpulan dan pengolahan data, populasi dan sampel serta sistematika penelitian.

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

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.