

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Citra produk merupakan sesuatu yang penting dan harus menjadi perhatian para produsen. Oleh karena itu, produsen harus memperhatikan secara hati-hati kebijakan produknya. Jika digambarkan sebuah produk itu mempunyai beberapa lapisan. Kombinasi dari beberapa bagian lapisan itu akan mencerminkan suatu produk. Dari beberapa lapisan akan tergambar citra pada konsumen. Lapisan-lapisan itu adalah inti produk, produk formal dan kelengkapan produk. Inti produk adalah manfaat produk itu sendiri, sedangkan produk formal terdiri atas pembungkus, model, merek, warna, mutu produk itu, sedangkan kelengkapan produk merupakan aspek tambahan pada produk yang dapat menguntungkan konsumen yang terdiri atas cara pembiayaan, pengiriman, pelayanan, kelengkapan suku cadang, dan garansi. Apabila seseorang membutuhkan suatu produk, maka terbayang lebih dahulu ialah manfaat produk, setelah itu baru mempertimbangkan faktor-faktor diluar manfaat. Faktor-faktor itulah yang membuat konsumen mengambil keputusan membeli atau tidak.

Salah satu upaya produsen Jepang, terutama dalam bidang otomotif, untuk membangun citra produknya baik dimata konsumen adalah dengan layanan purna jual (*After Sales Service*). Karena bidang

otomotif adalah salah satu produk konsumsi yang tahan lama, maka konsumen tidak hanya mengevaluasi produk hanya pada saat pembelian saja tetapi juga pada saat pasca pembelian, bahkan perusahaan berbasis produk harus menyediakan dan mengelola sekelompok jasa bagi pelanggannya: sesungguhnya, kumpulan jasanya mungkin lebih penting daripada produknya dalam memenangkan pelanggan".

Bertolak dari hal-hal di atas, mengingat pentingnya citra produk bagi perkembangan perusahaan maka masalah citra produk ini menjadi tema yang sangat penting dan menarik untuk selalu dikaji. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk lebih mengetahui pentingnya citra produk terhadap kepuasan pelanggan yang dikemas dalam judul : Analisa Citra Produk Sepeda Motor Merk Suzuki Satria Type FU 150 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tatar Unggul Sentosa Blitar)

B. Permasalahan

Kepuasan pelanggan adalah yang paling penting bagi para pemasar, karena hal itu merupakan keharusan bagi produsen untuk mampu bertahan di pasar. Salah satu strategi bersaing supaya bertahan adalah dengan memposisikan produk mereka seperti apa yang diinginkan oleh konsumen, yaitu membentuk citra atau *image product* sehingga konsumen merasa puas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra produk sepeda motor merk Suzuki Satria Type FU 150 terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagian dari citra produk manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sepeda motor merk Suzuki Satria Type FU 150?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra produk sepeda motor merk Suzuki Satria Type FU 150 terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui bagian dari citra produk manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sepeda motor merk Suzuki Satria Type FU 150

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan yang dapat diambil bagi pimpinan perusahaan dalam pengambilan kebijakan dalam layanan purna jual perusahaan sehingga dapat bermanfaat di masa yang akan datang.

2. Bagi Jurusan

- a. Dapat menambah perbendaharaan kepustakaan dan sebagai kajian pustaka untuk permasalahan sejenis.
 - b. Sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang berkepentingan untuk mengkaji lebih lanjut tentang permasalahan yang sejenis.
3. Bagi Mahasiswa
- a. Memperluas wawasan mahasiswa melalui penelitian secara langsung di perusahaan.
 - b. Sebagai salah satu sarana latihan menerapkan pengetahuan yang dimiliki, sekaligus mengembangkan kemampuan meneliti dan menulis ilmiah.