

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, segala sesuatu berjalan dan berkembang dengan pesat. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi maka dunia industri pun berkembang semakin luas, kompleks, dan bervariasi. Salah satunya industri otomotif yang mengalami perkembangan yang signifikan. Sarana transportasi merupakan salah satu bagian kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dipenuhi dan tidak dapat dipisahkan. Alat transportasi yang digunakan dapat membantu dan memudahkan aktivitas manusia yang menggunakannya. Hal ini memicu perusahaan otomotif khususnya sepeda motor untuk selalu berinovasi dan meningkatkan kualitas dari produk dan layanan sesuai permintaan pasar. Persaingan dan variasi produk yang ditawarkan dalam pemasaran memberikan kemudahan calon pembeli untuk memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginan calon pembeli tersebut.

Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi

standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Konsumen saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk jasa dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya (Kotler and Keller, 2016).

Selain memiliki kualitas produk yang baik, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen. Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar), serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasi dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. (Nurdiansyah, 2017).

Perkembangan teknologi dewasa ini memang memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan dunia otomotif. Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor yang diikuti dengan bertambahnya merek dan jenis kendaraan baru tentu menjadi salah satu penyebab perkembangan dunia otomotif di Indonesia dan mencerminkan semakin maraknya persaingan dalam dunia industri otomotif.

Berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi. Saat ini banyak sekali merek sepeda motor yang bermunculan seperti Honda, Yamaha, Kawasak, dan lain-lain. Berikut data dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia) menunjukkan penjualan sepeda motor tahun 2014, 2015, dan 2016:

Tabel 1.1 Market Share Honda, Yamaha dan Kawasaki di Indonesia Tahun 2014-2016

MERREK	2014	2015	2016
HONDA MARKET SHARE	5.055.510 unit 63,92%	4.453.888 unit 68,73%	4.380.888 unit 73,86%
YAMAHA MARKET SHARE	2.390.902 unit 30,23%	1.798.630 unit 27,76%	1.394.078 unit 23,50%
KAWASAKI MARKET SHARE	165.231 unit 2,09%	115.008 unit 1,77%	97.622 unit 1,65%

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia), 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor di Indonesia dikuasai oleh merek Honda. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar (*market share*) Honda dengan nilai terbesar di antara sepeda motor merek lain. Walaupun *market share* Honda mengalami penurunan setiap tahunnya tetapi Honda tetap memimpin *market share* sepeda motor indonesia.

Jenis sepeda motor sport memang memiliki segmen tersendiri, karena dewasa ini kendaraan roda dua atau sepeda motor kini tidak lagi sebagai pemenuh kebutuhan mobilitas tetapi juga sebagai pemenuhan gaya hidup. Konsumen motor sport yang didominasi oleh kaum pria dan anak muda ini memang menawarkan (*life style*) sebagai daya tarik utamanya, perbedaannya dari jenis sepeda motor bebek serta matik adalah dari bentuk, sepeda motor sport memiliki body yang

lebih besar dari pada varian motor bebek atau motor matik, mesin yang lebih bertenaga utamanya dari segi akselerasi, serta penggunaan tuas kopling yang tidak terdapat pada motor bebek serta motor matik pada umumnya.

Persaingan pasar sepeda motor diramaikan oleh ketiga pabrikan terbesar yaitu Honda, Yamaha dan Kawasaki. Honda sebagai *market leader* dalam dunia produksi otomotif sepeda motor nasional tidak terlepas dari persaingan yang semakin ketat dengan pabrikan lain. Hal ini dapat dilihat dari daftar 10 besar motor sport 150cc terlaris tahun 2014 - 2016.

Tabel 1.2 Daftar 10 besar motor sport 150cc terlaris tahun 2014 - 2016

No	Merek	Total Penjualan 2014	Total Penjualan 2015	Total Penjualan 2016
1	Yamaha New V-ixion	333.211 unit	275.261 unit	153.128 unit
2	All New Honda CB150R	159.214 unit	112.615 unit	152.263 unit
3	All New Honda CBR150R	4.412 unit	69.420 unit	87.554 unit
4	Honda Verza	106.626 unit	65.949 unit	71.231 unit
5	Yamaha YZF-R15	24.432 unit	54.495 unit	37.165 unit
6	Yamaha Xabre	20.612 unit	15.069 unit	20.887 unit
7	Yamaha Byson FI	27.375 unit	9.645 unit	6.725 unit
8	Kawasaki Ninja RR	30.895 unit	20.548 unit	5.337 unit
9	Honda Mega Pro CW FI	31.638 unit	8.947 unit	4.018 unit
10	Kawasaki Ninja 150 R	20.577 unit	15.306 unit	662 unit

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia), 2017

Table 1.2 memperlihatkan bahwa Yamaha New V-ixion menjadi yang pertama dan yang terlaris untuk kategori motor sport 150cc ditiga tahun terakhir.

Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun Honda sebagai *market leader* sepeda motor nasional tetapi untuk kelas motor sport Yamaha berada di posisi pertama.

Masyarakat di Percut Sei Tuan banyak yang menggunakan motor Yamaha New V-ixion. Hal ini dapat kita jumpai di jalan raya banyak pengguna motor tersebut dan hal ini juga dikuatkan berdasarkan data yang penulis dapatkan dari dealer yang berada di Percut Sei Tuan mengenai jumlah motor Yamaha New V-ixion. Berikut adalah tabelnya.

Tabel 1.3 Data Penjualan Motor Yamaha New V-ixion Pada dealer Yamaha di Percut Sei Tuan

No	Tahun	Total Penjualan
1	2014	187 unit
2	2015	172 unit
3	2016	160 unit
Total		519 unit

Sumber : dealer motor Yamaha Percut Sei Tuan, 2017

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan pada jumlah penjualan pada produk Yamaha New V-ixion yang terjadi pada 3 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga tahun 2016. Penurunan penjualan pada produk motor Yamaha New V-ixion ini merupakan salah satu indikasi, bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk ini menunjukkan penurunan.

Perusahaan Yamaha Motor Indonesia dalam melakukan penjualan produk motor Yamaha New V-ixion di Indonesia telah melakukan berbagai macam tindakan pemasaran agar konsumen motor di Indonesia dapat mengetahui serta mengenal produk motor Yamaha New V-ixion. Kegiatan pemasaran yang

dilakukan ini bertujuan agar memberikan konsumen sebuah alternatif pilihan pada pasar untuk segmen produk motor sport. Kegiatan pemasaran yang dilakukan tersebut berupa iklan pada media elektronik, iklan pada media cetak, iklan pada website internet, brosur, serta berbagai kegiatan promosi yang dilakukan oleh agen-agen penjualan produk motor Yamaha.

Faktor-faktor yang dapat mendasari penurunan penjualan produk motor Yamaha New V-ixion di antara lain adalah, semakin variatifnya produk-produk sejenis pada merek lain dan bahkan pada merek yang sama. Perusahaan Yamaha Indonesia Motor Manufacturing pada jenis produk motor sport yang sama juga mengeluarkan varian-varian baru seperti motor All New Vixion, Yamaha R15, Serta Yamaha R25, kemudian Yamaha pada tiga tahun terakhir untuk produk Yamaha New V-ixion tetap mempertahankan teknologi produk yang sama tanpa adanya inovasi yang baru.

Obyek yang dipilih dalam penelitian adalah responden yang menggunakan sepeda motor Yamaha New V-ixion. Dengan mengambil sampel responden yang menggunakan sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan di Kota, maka diharapkan hasil dari penelitian ini dapat mewakili keseluruhan konsumen pengguna motor sport Yamaha New V-ixion di tempat lain.

Berdasarkan uraian di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan”.

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada pendahuluan, dapat ditarik beberapa rumusan masalah penelitian, antara lain:

1. Apakah secara parsial kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan?
2. Apakah secara parsial harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan?
3. Apakah secara simultan kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan?

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di Percut Sei Tuan.

1.4. Manfaat

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori yang didapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran.

3. Bagi perusahaan

Dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di

Percut Sei Tuan

1.5. Batasan Masalah

Batasan Masalah dalam penelitian ini adalah berfokus pada permasalahan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New V-ixion di wilayah Percut Sei Tuan. Ditujukan kepada Responden yang pernah membeli dan memiliki sepeda motor Yamaha New V-ixion yang berdomisili di wilayah Percut Sei Tuan.