

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah semakin maraknya pilihan produk mobil yang ditawarkan kepada masyarakat saat ini, PT Honda Prospect Motor (HPM) kembali membuktikan keunggulan produk-produknya. Sebagai bukti, Honda pada bulan September ini menerima tiga penghargaan dari ajang The 4th Top Gear Best Choice 2005 yang diselenggarakan oleh majalah Top Gear Indonesia dan lima penghargaan dari Autobild Award 2005 yang diadakan majalah Autobild Indonesia. Kehadiran New Honda Jazz langsung mendongkrak penjualan Honda di Indonesia sepanjang bulan Mei 2011. Hanya dalam 12 hari sejak diluncurkan secara resmi pada 19 Mei lalu, New Honda Jazz sudah terjual sebanyak 2.697 unit. Angka ini sama dengan 73% penjualan total Honda sepanjang Mei yang tercatat 3.673 unit. Marketing & Aftersales Service Director PT HPM Jonfis Fandy mengatakan setelah diluncurkan pada bulan Mei lalu New Honda Jazz langsung meraih penjualan yang tinggi dan memberikan kontribusi penjualan yang sangat signifikan terhadap penjualan Honda. Sepanjang Mei Honda mencatat penjualan 3.673 unit atau meningkat 79% dibanding bulan April yang hanya terjual 2.056 unit dan semua ini merupakan usaha PT HPM dalam memahami keinginan konsumen-konsumennya.

Pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian untuk setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilakukan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan salah satunya kebutuhan akan alat transportasi atau kendaraan.

Perkembangan dunia *industri* otomotif semakin pesat. Hal tersebut terlihat pada beberapa tahun terakhir ini terjadi kenaikan jumlah permintaan mobil yang meningkat sehingga menyebabkan persediaan pada beberapa dealer mobil mengalami kekurangan. Hal tersebut diindikasikan oleh tingginya laju pertumbuhan mobil yang semakin tinggi permintaannya.

Selain itu, dukungan penjualan serta perusahaan-perusahaan pembiayaan yang menawarkan kredit angsuran dengan uang muka ringan dan kemudahan persyaratannya menjadikan mobil bukan lagi menjadi kebutuhan *tresier* untuk masyarakat. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen yang ada agar merasa puas atas produk yang ditawarkan.

Walaupun demikian keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal yang seperti tingkat usia dan jenis kelamin. Peneliti juga menegaskan bahwa para pembeli memutuskan untuk membeli secara *online* jika: harga produk rendah, konsumen mempunyai niat membeli tinggi, pembeli menganggap hal tersebut aman sepanjang mereka

tidak mempunyai pengalaman mengenai *education* ketika reputasi penjual adalah bagus.

Dalam hal ini sebagai salah satu perusahaan mobil terbesar di Indonesia, selalu meningkatkan kualitas produk serta pelayanan kepada para konsumennya dengan melakukan berbagai inovasi, baik dari segi produk maupun cara promosi produk tersebut.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai perilaku konsumen dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN MOBIL MEREK HONDA JAZZ DI KABUPATEN SUKOHARJO”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh faktor motivasi, persepsi serta kepercayaan dan sikap terhadap keputusan untuk membeli mobil merek Honda Jazz di Kabupaten Sukoharjo?
2. Faktor manakah diantara motivasi, persepsi serta kepercayaan dan sikap yang paling berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli mobil merek Honda Jazz di Kabupaten sukoharjo?

C. Pembatasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah itu adalah :

1. Penelitian ini hanya meneliti melalui konsumen atau pengguna mobil HONDA type JAZZ pada tahun 2010 di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah
2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 faktor yang mempengaruhi pembelian mobil Honda Jazz.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penulisan ini antara lain:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh faktor motivasi, persepsi serta kepercayaan dan sikap dalam pengambilan keputusan untuk membeli mobil merek Honda Jazz di kabupaten Sukoharjo.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli mobil merk Honda Jazz di Kabupaten sukoharjo.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan dalam menganalisis sebuah permasalahan dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran.

2. Bagi perusahaan atau dealer mobil khususnya Honda

Penelitian ini dapat memberi wawasan dan informasi tentang peningkatan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta permintaan akan produk yang ditawarkan.

3. Bagi peneliti lain

Dapat memberikan sumber data pelengkap, masukan atau referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis.

F. Sistematika Penyusunan Skripsi

Secara garis besar sistematika penyusunan skripsi ini dapat dibagi menjadi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, pengertian merk, pengertian perilaku konsumen serta uraian masalah-masalah yang ada hubungannya dengan obyek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis mencoba untuk menguraikan tentang bentuk dan strategi penelitian, sumber data, teknik

sampling, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penulis membahas tentang analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu gambaran umum, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan pembahasan dan sarana yang perlu disampaikan yang berdasarkan dari kesimpulan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN