

BAB I

A. Latar Belakang

Dewasa ini pembangunan ekonomi semakin tinggi ditandai dengan adanya persaingan perusahaan selaku produsen yang menghasilkan barang dan jasa atau produk-produk sejenis dengan berbagai macam kelebihan dari produk yang dihasilkan produsen. Dalam hal ini, tentulah konsumen yang diuntungkan karena konsumen diberikan kesempatan lebih luas untuk memilih dan membeli produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Namun pada dasarnya konsumen akan membeli produk yang dapat memuaskan keinginannya tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi manfaat dari produk tersebut.

Konsumen secara definisi adalah setiap orang yang memakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan. Konsumen telah menjadi perhatian pasar karena konsumenlah yang akan memutuskan bahwa ia akan membeli produk tertentu atau tidak. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan dan dilayani

secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya; dan sebagainya. Oleh karena itu pemasar wajib memahami konsumen, mengetahui apa saja yang dibutuhkannya, apa seleranya, bagaimana konsumen mengambil keputusan dan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen guna untuk tercapainya keberhasilan suatu strategi pemasaran produk.

Pada saat ini kebutuhan akan sepeda motor dikalangan konsumen menjadi suatu hal penting bagi penunjang kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Maka dari itu banyak produsen sepeda yang berlomba-lomba mendapatkan minat konsumen untuk dapat membeli produknya. Begitu pula dengan salah satu produsen motor Indonesia yaitu Honda. Ada berbagai macam merk sepeda motor Honda, baik motor bebek maupun motor matic. Dari berbagai merknya mempunyai kelebihan yang berbeda. Sepeda motor merk Honda telah terkenal di mata masyarakat sebagai sepeda motor yang memiliki keunggulan irit bahan bakar. Selain itu, sepeda motor Honda sangat tangguh dalam berbagai medan jalan. Yang paling utama yaitu mesin motor yang tahan lama. Kelebihan yang lain yaitu sepeda motor Honda memiliki jok yang cukup lebar sehingga memberikan kenyamanan dalam berkendara bagi pemiliknya.

Namun disisi lain, persaingan diantara produsen sepeda motor di Indonesia semakin ketat. Oleh karenanya produsen sepeda motor Honda Indonesia semakin melakukan banyak inovatif dan selalu berusaha

memberikan yang terbaik para konsumennya. Baik dalam meningkatkan kecanggihan mesin dengan teknologi terbaru, dalam hal model, desain serta warna yang semakin elegan dan menarik serta. Sehingga para konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menentukan sepeda motor mana yang akan dibeli. Hal ini dilakukan agar para pengguna sepeda motor Honda dapat menikmati kenyamanan dan keamanan dalam berkendara sehingga dapat menunjang kegiatan sehari-hari.

Semakin ketatnya persaingan dalam merebutkan pasar penjualan sepeda motor, melahirkan lahirnya berbagai strategi dalam memasarkan sepeda motor. Bahkan tidak jarang timbul persaingan yang tidak sehat diantara produsen-produsen sepeda motor. Hal ini tentu dalam rangka merebut pangsa pasar yang sebesar-besarnya. Dalam rangka memperebutkan pangsa pasar sepatu wanita banyak strategi penjualan yang biasa dilakukan para produsen. Misalnya strategi pemasaran, strategi pameran produk di berbagai tempat strategis, strategi menentukan produk pada segmen tertentu dan ada pula strategi pemasangan iklan dengan menggunakan tokoh-tokoh selebriti terkenal di kalangan atau segmen yang akan dibidik.

Sepeda motor merk Honda digemari para konsumen, terutama oleh masyarakat wilayah Karanganyar, karena berbagai faktor. Faktor-faktor itu antara lain faktor irit bahan bakar, model dan desainnya yang menarik, mesin yang tahan lama, tangguh dalam melewati berbagai medan dan terasa aman dan nyaman saat dikendarai. Untuk masalah harga adalah hal yang relatif, karena untuk mendapatkan sepeda motor yang berkualitas no 1 sangat wajar

jika harga juga cukup tinggi. Selain itu jika terjadi kerusakan pada sepeda motor Honda, produsen sepeda motor Honda juga menyediakan bengkel AHAS yang merupakan bengkel resmi Honda dan tersebar diberbagai wilayah di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian dengan judul :

“ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK HONDA DI WILAYAH KARANGANYAR”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kehandalan mesin berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?
2. Apakah keiritan bahan bakar berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?
3. Apakah model berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?
4. Apakah nilai jual kembali berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?
5. Apakah ketersediaan suku cadang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?
6. Apakah ketersediaan bengkel resmi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?

7. Apakah kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh variabel kehandalan mesin berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
2. Menganalisis pengaruh variabel keiritan bahan bakar berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
3. Menganalisis pengaruh variabel model berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
4. Menganalisis pengaruh variabel nilai jual kembali berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
5. Menganalisis pengaruh variabel ketersediaan suku cadang berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
6. Menganalisis pengaruh variabel ketersediaan bengkel resmi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.
7. Menganalisis pengaruh variabel kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.

D. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran secara nyata oleh peneliti, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di bangku kuliah
- b. Untuk penelitian selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan di lapangan terhadap teori-teori pengaruh ekuitas merk terhadap keputusan pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam perencanaan dan evaluasi strategi pemasaran guna dapat meningkatkan penjualan sepeda motor merk Honda.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini di kemukakan tentang pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, keputusan pembelian, dan atribut produk.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang jenis penelitian, Kerangka pemikiran, hipotesa, jenis penelitian, data dan sumber data, populasi, sampel, teknik sampel, teknik pengumpulan data, variable penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Dalam bab ini akan menguraikan tentang analisa data terdiri dari uji Validitas dan uji reliabilitas, analisis linier berganda, uji f, uji t, uji koefisien determinasi (R^2)

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dibagikan menjadi dua, yaitu kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**