

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di era modern saat ini memiliki aktifitas dan mobilitas yang tinggi. Banyak aktifitas yang harus dilakukan dari satu tempat ke tempat lain. Seringkali jauhnya jarak dari satu tempat ke tempat lain menjadi kendala tersendiri bagi masyarakat. Masyarakat sering menghabiskan terlalu banyak waktu dalam perjalanan menuju tempat – tempat yang mereka kehendaki seperti ke sekolah, ke kantor dll. Oleh karena itu masyarakat menginginkan transportasi yang cepat, murah, aman, dan nyaman untuk memfasilitasi aktifitasnya. Hal ini berdampak pada munculnya berbagai sarana transportasi yang ada saat ini. Salah satu sarana transportasi yang ada di Indonesia dan karenanya paling populer saat ini ialah sepeda motor.

Sepeda motor adalah kendaraan yang praktis, ringkas, dan relatif terjangkau harganya hingga kelapisan masyarakat kelas bawah. Sepeda motor juga merupakan sarana transportasi yang cukup efektif guna menghindari kemacetan yang sering terjadi di jalanan. Sehingga tak heran sepeda motor menjadi primadona bagi sebagian masyarakat Indonesia. Dipasaran sendiri kita bisa menjumpai sepeda motor dengan berbagai merek, model, harga, dan kualitas yang bervariasi.

Industri sepeda motor yang semakin ketat membuat produsen sepeda motor perlu berupaya optimal guna menciptakan produk sepeda

motor yang bermutu guna memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam industri sepeda motor, konsumen juga memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Semakin tinggi konsumen yang melakukan pembelian produk sepeda motor mengakibatkan volume penjualan meningkat sehingga keuntungan yang didapat produsen sepeda motor juga makin meningkat. Mengingat peranan konsumen yang penting bagi perusahaan, maka dalam menciptakan produk sepeda motor suatu perusahaan perlu berorientasi pada konsumen. Perusahaan sepantasnya memahami perilaku konsumen pasar sasarannya agar pihak perusahaan dapat mengetahui produk sepeda motor yang seperti apa yang diinginkan oleh pasar. Dalam membeli produk sepeda motor, konsumen sendiri selalu memperhatikan banyak faktor diantaranya yakni faktor merek, faktor harga, faktor kualitas produk, serta faktor desain produk.

Suatu perusahaan pasti menginginkan produk yang dihasilkan dapat diingat dan menjadi pilihan pelanggan. Merek mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan. Merek merupakan suatu ciri khas dari suatu produk perusahaan. Sedangkan menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombainya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing. Kotler dan Keller (2009) juga mengungkapkan bahwa merek

menandakan tingkat kualitas tertentu sehingga pembeli yang puas dapat dengan mudah memilih produk kembali.

Konsumen cenderung memilih produk yang telah terkenal dan digunakan oleh banyak orang daripada produk yang belum dikenalnya. Suatu merek menandakan ciri khusus suatu produk perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing. Sedangkan Kotler dan Keller (2009) mengungkapkan bahwa pesaing dapat meniru proses manufaktur dan desain produk, namun mereka tidak dapat dengan mudah menyesuaikan kesan yang tertinggal lama di pikiran orang dan organisasi selama bertahun – tahun melalui pengalaman produk dan kegiatan pemasaran.

Selain berbicara mengenai merek, keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk sepeda motor juga dipengaruhi oleh harga. Harga menurut Umar dalam Tambunan (2012) adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Secara langsung harga berpengaruh terhadap permintaan yang terjadi di pasar. Dengan harga yang terjangkau konsumen akan cenderung mudah membeli produk tersebut. Sebaliknya dengan harga yang relatif tinggi akan membuat konsumen cenderung sulit membelinya.

Faktor lain yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian adalah kualitas produk. menurut Evelina dkk (2012), kualitas

produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Sedangkan American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Seringkali kualitas produk menjadi pertimbangan utama sebagian besar konsumen sebelum melakukan pembelian dikarenakan hal ini berkaitan erat dengan umur produk dalam jangka panjang. Untuk produk sepeda motor, kualitas produk dapat tercermin dari daya tahan mesin, kemudahan dalam perbaikan, kenyamanan dll.

Tampilan atau desain produk yang dihadirkan dalam produk sepeda motor memiliki fungsi untuk memikat konsumen. Dengan hadirnya desain yang menarik dan inovatif diharapkan akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk sepeda motor tersebut. Dari sisi konsumen, desain yang menarik dan dianggap baik olehnya akan memberikan nilai kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Diantaranya yang termasuk desain produk ialah bentuk, model, warna, dan striping.

Berkenaan dengan produk sepeda motor, di Indonesia terdapat beragam merek sepeda motor salah satunya yaitu Honda. Sepeda motor Honda sendiri merupakan merek sepeda motor yang sudah terkenal dan memiliki kekuatan di pasar. Guna memenuhi kebutuhan konsumen akan

sepeda motor, produsen Honda terus melakukan inovasi produk dengan mengeluarkan beragam jenis sepeda motor diantaranya motor bebek, motor sport, dan motor matik.

Honda terus berupaya mengantisipasi gempuran dari pesaing – pesaingnya dengan menerapkan strategi yang tepat, salah satunya yakni menciptakan produk sepeda motor yang unggul dalam kualitas, tangguh segala medan dan memiliki daya tahan mesin yang lama. Sejah ini sepeda motor Honda terkenal memiliki kualitas mesin yang awet, sehingga tidak heran banyak konsumen yang membeli sepeda motor Honda karena kualitas dan keawetan mesinnya tersebut. Selain kualitas, sepeda motor yang irit bahan bakar menjadi magnet tersendiri bagi konsumen. Saat ini, sepeda motor Honda dikenal sebagai motor yang irit bahan bakar. Persepsi ini menjadi keuntungan tersendiri bagi pihak Honda untuk menggaet konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor Honda. Jika ditinjau dari sisi harga, harga sepeda motor Honda relatif terjangkau bagi konsumen serta harga sepeda motor Honda sendiri cukup bersaing dengan harga sepeda motor merek lainnya.

Untuk mengetahui apakah sepeda motor yang ditawarkan Honda optimal atau tidak dalam memikat konsumen, maka perlu dilakukan analisa tanggapan konsumen terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk sepeda motor Honda diantaranya tanggapan terhadap faktor merek, harga, kualitas produk, dan desain produk. Dengan demikian pihak Honda akan memperoleh informasi yang

berguna untuk menentukan langkah – langkah yang hendak diambil guna mengoptimalkan dan mengembangkan produk sepeda motor Honda dikemudian hari agar menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus di Kecamatan Weru)”**.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan pembahasan dan kerancuan dalam penelitian ini dilakukan hanya mengenai merek, harga, kualitas produk, dan desain produk sepeda motor Honda pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Weru.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah merek, harga, kualitas produk, dan desain produk sepeda motor Honda berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Weru?
2. Diantara variabel merek, harga, kualitas produk, dan desain produk sepeda motor Honda, variabel manakah yang paling dominan

pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Weru?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, batasan masalah, dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh merek, harga, kualitas produk, dan desain produk sepeda motor Honda terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Weru.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kecamatan Weru.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak Honda

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan informasi bagi perusahaan mengenai masalah merek, harga, kualitas produk, dan desain produk untuk pengembangan produk dan peningkatan volume penjualan sepeda motor Honda dimasa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti lain untuk mengadakan penelitian lanjutan berkaitan dengan masalah merek, harga, kualitas produk, dan desain produk serta pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam pembelian.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini penulis menjelaskan teori – teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, bauran pemasaran, perilaku konsumen, model perilaku konsumen, faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, proses keputusan pembelian, penelitian terdahulu yang relevan ditambah teori – teori relevan lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, skala pengukuran kuesioner, definisi operasional variabel, serta rencana analisis data.

BAB IV Pelaksanaan dan Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum Kecamatan Weru, deskripsi data, analisis data dan pembahasan, serta hasil penelitian.

BAB V Penutup

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran – saran yang diperlukan.

Daftar Pustaka