

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang penting bagi negara, karena pertumbuhan ekonomi merupakan indikator perkembangan aktivitas perekonomian suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan magnet bagi investor untuk melakukan investasi di negara yang bersangkutan, yang artinya semakin memacu peningkatan aktivitas pertumbuhan ekonomi maka akan terwujudnya kesejahteraan masyarakat, maka sektor bisnis memegang peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.

Salah satu kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Di era globalisasi seperti sekarang ini, persaingan dalam dunia industri sangatlah ketat, syarat utama yang harus di penuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Konsumen saat ini semakin kritis dalam keinginan dan kebutuhan menuntut manajemen perusahaan atau pihak pemasar untuk memahami para konsumen. Untuk mengetahui apa yang di inginkan konsumen dapat dilakukan dengan cara melakukan penelitian, sehingga dapat mengukur, menilai dan menginterpretasikan keinginan sikap dan perilakunya. Perilaku konsumen yaitu suatu tindakan individu yang secara

langsung dapat terlihat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk atau jasa.

Pesatnya perkembangan IPTEK dewasa ini juga diikuti dengan perkembangan pertumbuhan ekonomi yang secara langsung berpengaruh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi. Dengan adanya kebutuhan sarana transportasi terutama sepeda motor menjadi peluang bagi pelaku bisnis sepeda motor Indonesia untuk meningkatkan surplus perusahaan melalui berbagai cara strategi untuk meraih penjualan yang maksimal. Persaingan dunia transportasi sekarang ini begitu banyak dengan munculnya berbagai merek dan jenis terutama sepeda motor, untuk menarik konsumen perusahaan-perusahaan otomatis melakukan berbagai cara mengiklankan dan menunjukkan keunggulan produknya masing-masing. Merek merupakan suatu alat yang dapat membedakan barang seorang produsen dengan produsen lainnya, serta sebagai alat yang dapat memberikan kebebasan kepada para konsumen untuk menentukan pilihannya, dalam (Kotler,2007) mendefinisikan merek (Brand) sebagai nama, tanda, istilah, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing. Fungsi merek yaitu mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penyaji dan membedakan dari produk sejenis dari penyaji lain (Kotler,2000).

Pada dasarnya konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor dalam pengambilan keputusan membeli suatu produk. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2009). Salah satu produsen yang sudah lama bermain di pasar otomotif di indonesia adalah Yamaha, salah satu produknya yaitu Yamaha Vixion.

Tabel 1.1 menunjukan dan market share dari pasar sepeda motor di Indonesia tahun 2013

Tabel 1.1
Data penjualan sepeda motor tahun 2013
Berdasarkan merek

ATPM	Penjualan Januari-Desember 2013	Market Share
HONDA	4.700.871	60,49%
YAMAHA	2.495.796	32,12%
SUZUKI	400.675	5,16%
KAWAZAKI	153.807	1,98%
TVS	19.865	0,26%

Sumber : Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia

(<http://www.solopos.com/>)

Untuk menganalisis terhadap apa saja faktor yang mempengaruhi konsumen percaya dalam pengambilan keputusan membeli Yamaha Vixion terlebih dahulu harus mengetahui apa yang menjadi dasar keputusan konsumen dalam membeli.

Dengan adanya berbagai merek dan jenis produk motor yang bervariasi menimbulkan berbagai alternatif pilihan yang bisa dipilih oleh konsumen. Dalam menentukan keputusan pembelian konsumen pasti akan melihat dari berbagai sisi, di mulai dari, kualitas produk, merek, harga,

dan promosi. Yamaha merupakan perusahaan besar otomotif yang sudah terkenal di dunia dan mengeluarkan berbagai jenis produk dan varian kendaraan khususnya kendaraan bermotor roda dua, termasuk salah satunya adalah yang bermerek Yamaha Vixion. Diberbagai kalangan sudah banyak yang memakai jenis Yamaha Vixion diantaranya di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut amatlah menarik bagi penulis untuk meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk, merek, harga, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ?
2. Harga merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ?

3. Secara simultan bagaimana pengaruh kualitas produk, merek, harga, dan promosi terhadap konsumen dalam keputusan pembelian ?

C. Pembatasan Masalah

Dalam Pembatasan dan pengembangan model pemecahan masalah dibuat batasan-batasan sebagai masalah yang berhasil diidentifikasi dapat dicari pemecahannya. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Responden yang diambil adalah yang memiliki sepeda motor Merek Yamaha Vixion.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Faktor yang diteliti adalah merek, harga, kualitas produk, dan Promosi.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk, harga, merek, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap konsumen dalam keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap konsumen dalam keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui secara simultan bagaimana pengaruh kualitas produk, merek, harga, dan promosi terhadap konsumen dalam keputusan pembelian

E. Manfaat Penelitian

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

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah.

2. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan masukan atau acuan bagi masyarakat yang akan melakukan pembelian suatu produk.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa dimasa mendatang, serta menambah pengetahuan bagi yang berkepentingan dalam disiplin ilmu pemasaran.