

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sebuah usaha di era modern sekarang ini di warnai dengan berbagai macam persaingan di dalam segala bidang. Dengan adanya kondisi tersebut, sebuah perusahaan atau pembisnis di tuntut untuk mempunyai strategi yang tepat dan akurat dalam memenuhi sebuah target di dalam volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi di era modern saat ini semakin dinamis, sebuah perusahaan ataupun pembisnis di tuntut untuk tidak kalah di dalam persaingan bisnis, di dalam sebuah persaingan mereka berlomba-lomba untuk untuk memenagkan persaingan tersebut. Tentunya perusahaan atau pembisnis agar dapat mencapai tujuan tersebut mereka harus menampilkan sebuah produk yang terbaik, dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya teknologi dan kebutuhan alat transportasi, membawa sebuah angin segar bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor, yang mana alat transportasi sepeda motor banyak di minati oleh konsumen karena dengan harganya yang terjangkau dan perawatanya pun tidak terlalu sulit. Di era saat ini banyak bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai macam model, desain, dan kualitas, dan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan otomotif tentunya hal semacam ini dapat di jadikan sebuah peluang untuk menguasai pangsa pasar saat ini.

Salah satu merek sepeda motor yang di minati sebagian masyarakat sejak dahulu sampai sekarang adalah merek motor Honda. Di dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan Honda terus-menerus mengembangkan produknya untuk mengatasi persaingan pasar di bidang otomotif, perusahaan Honda menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keinginan masyarakat agar produknya tetap laku.

Produk yang di tawarkan oleh perusahaan dan menjadi salah satu pembentukan motivasi, persepsi, dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Di samping itu di jaman sekarang masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan sebuah sepeda motor karena adanya program pemberian kredit bisa di lakukan dengan uang muka yang terjangkau oleh lapisan masyarakat. Berdasarkan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi pribadi berupa sepeda motor dan meningkatnya persaingan untuk merebut konsumen maka sangat menarik di lakukan penelitian tentang **“Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surakarta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

1. Apakah ada pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek “Honda” di kawasan Surakarta ?

2. Apakah ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek “Honda” di kawasan Surakarta ?
3. Apakah ada pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek “Honda” di kawasan Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek ‘Honda’ di kawasan Surakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek ‘Honda’ di kawasan Surakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek ‘Honda’ di kawasan Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu;

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen perusahaan yang dapat digunakan sebagai masukan atau dasar pengambilan keputusan yang berkaitan dengan motivasi, persepsi,

dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi bagian dalam proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan daya nalar sehingga dapat lebih memahami pengaplikasian dari teori-teori yang selama ini dipelajari di bangku kuliah.

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini tersusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang Perilaku Konsumen, motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen, dan keputusan pembelian konsumen, riset terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan

data, desain pengambilan sample, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang sejarah singkat, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang perlu disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN