

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Tak terkecuali semua kalangan. Sepeda motor untuk mempermudah aktivitas para orang orang. Selain itu sepeda motor juga mempersingkat waktu tempuh dari suatu daerah ke daerah lain. Jadi sepeda motor dapat memangkas waktu tempuh. Di jaman sekarang ini sepeda motor seakan akan sudah menjadi kebutuhan primer, tiap rumah pasti punya sepeda motor bahkan dua sepeda motor. Sepeda motor sudah menjadi kebutuhan oleh semua orang tanpa terkecuali.

Beragam jenis sepeda motor sudah banyak di produksi di Indonesia, sehingga masyarakat jadi banyak pilihan. Mulai varian paling murah hingga varian paling mahal tergantung budget dan kebutuhan masyarakat. Sepeda motor juga menjadi kebutuhan oleh para mahasiswa. Bagi mahasiswa sepeda motor dapat menunjang aktivitas di perkuliahan. Apalagi di kota besar seperti solo sepeda motor menjadi kendaraan untuk memecah kemacetan. Diantara banyak varian sepeda motot yang di gunakan oleh para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ini ada satu yang menjadi dasar penelitian saya yaitu yang banyak mendominasi di parkiriran kampus yaitu varian sepeda motor matic.

Motor matic dikenal dengan motor yang simpel dan tergolong mudah kalau dipakai di daerah perkotaan. Para produsen sepeda motor yang ada di

Indonesia berlomba-lomba dalam menciptakan motor yang sesuai yang di butuhkan oleh para masyarakat dengan menawarkan fitur-fitur terbaru. Persaingan produsen motor di Indonesia sangat kompetitif dimana mereka ingin berebut menjadi produsen yang dapat dipercaya oleh para konsumennya. Selain itu produsen juga menawarkan dengan harga terjangkau tapi dengan kualitas yang baik. Para produsen setiap tahun selalu memperbarui produknya supaya tidak ketinggalan zaman. Selain itu perkembangan ekonomi juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat saat ini yang lebih mengedepankan penampilan. Dimana penunjang penampilan diperlihatkan dengan menggunakan produk-produk yang sudah memiliki kualitas dan dikenal oleh masyarakat.

Di penelitian ini terdapat beberapa variabel, yaitu ada tiga variabel independennya yang pertama yaitu citra merek sebagai (X_1), kualitas produk sebagai (X_2) dan harga sebagai (X_3) yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Citra merek merupakan satu dari sekian faktor yang dapat mempengaruhi dalam sebuah pengambilan keputusan, faktor yang mempengaruhi diantaranya yaitu asosiasi keunggulan, asosiasi kekuatan dan asosiasi keunikan (Keller, 2012). Produk-produk yang sudah memiliki citra merek yang baik otomatis memiliki kualitas produk yang baik pula yang sesuai harga yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Citra merek merupakan hasil pandang atau juga bisa disebut persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang di dasari pertimbangan dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya. Menurut Keller (2000) citra merek adalah suatu

persepsi konsumen terhadap citra merek produk yang akan dipakai maupun yang akan dikonsumsi. Jadi pada intinya citra merek suatu cara pandang konsumen dalam memilih produk yang akan dipakainya.

Kualitas produk merupakan suatu alat yang dipakai oleh perusahaan dalam menentukan *positioning* produk yang akan dipasarkan. Kualitas produk dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan dan mempertahankan *positioning* produk dalam pasarnya. Kualitas produk erat kaitannya dengan nilai ekonomis suatu produk, dimana nilai ekonomis menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli serta membandingkannya dengan produk lainnya yang sejenis. Mengutip dari salah satu ahli bahwa “Quality is the customer’s perception”. Artinya bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas produk itu berdasarkan persepsinya (Adam dan Ebert 2002) yang dikutip dalam jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi “Analisa Persepsi Konsumen terhadap kualitas Produk Keramik merek Milan di Surabaya.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor dalam menentukan keputusan akhir karena harga menjadi suatu pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk yang akan digunakannya. Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2013), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang ataupun jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki dan menggunakan produk atau jasa tersebut.

Variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen merupakan suatu keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga.

Keputusan pembelian merupakan proses akhir dari sebuah pembelian produk. Keputusan pembelian terjadi setelah melalui proses mulai dari pengenalan masalah. Mengutip dari pernyataan Tjiptono (2012) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenali masalah yang di hadapi, kemudian mencari informasi mengenai produk atau merek yang dibutuhkan dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, dan yang terakhir mengarah kepada keputusan pembelian

B. Rumusan masalah

Citra merek, kualitas produk dan harga menjadi faktor yang sangat di pertimbangkan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan suatu pertanyaan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda?
4. Variabel independen manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda.
4. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic.

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Menambah wawasan ilmu dan meningkatkan kompetensi manajemen pemasaran, khususnya citra merek, kualitas produk, harga serta keputusan pembelian baik saat ini ataupun masa depan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini bisa dijadikan untuk menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur perbandingan teori yang diperoleh selama

diperkuliahan agar dapat diterapkan guna menganalisa permasalahan yang ditulis peneliti.

b. Bagi perusahaan

Bisa dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi bagi perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan citra merek, kualitas produk dan harga untuk memenuhi kepuasan konsumen serta dapat digunakan oleh perusahaan sebagai acuan untuk kedepannya.

c. Bagi civitas akademis atau pembaca

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

3. Manfaat empiris

Dapat digunakan untuk mengembangkan dan mengingat penelitian terdahulu serta bisa digunakan untuk media perkembangan ilmu pengetahuan.

E. Sistematika penulisan

Dalam penelitian ini terdapat penulisan yang tersusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu tentang citra merek, kualitas produk dan harga serta penelitian terdahulu dan teori yang relevan dalam mendukung penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian hasil dari penelitian yang berisi gambaran umum objek dan penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang uraian kesimpulan yang didapat dari sebuah penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran sesuai dengan hasil analisa data yang dilakukan.