

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan pengguna sepeda motor matik saat ini semakin meningkat, dengan meningkatnya jumlah pengguna sepeda motor matik maka menimbulkan persaingan sehingga banyak merek pendatang baru. Sepeda motor jenis matik yang sudah lama berada di Indonesia dengan segala keunggulannya tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit dan ekonomis. Menjawab tantangan tersebut, organisasi yang berada di balik kesuksesan sepeda motor jenis matik di Indonesia terus memperkuat diri. Semakin banyaknya produk sepeda motor yang ada di kota besar yang salah satunya di kota Sidoarjo memacu para pengusaha sepeda motor untuk berinovasi dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membawa keuntungan bagi perusahaan otomotif terutama di bidang sepeda motor yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak konsumen. Semakin banyak merek pendatang baru jenis motor matik, maka analisis mengenai keputusan pembelian konsumen sangat penting dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk sepeda motor. Analisis tersebut perlu dilakukan agar perusahaan dapat selalu meningkatkan volume penjualan yaitu melalui analisa faktor atau atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor. Sesungguhnya masing-masing konsumen tentu memiliki motif yang berbeda dalam melakukan pembelian sepeda

motor. Hal ini sejalan dengan pendapat Horold dan Cyril O'Donnell mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu inti dari dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan, suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat.

Faktor yang menyebabkan pelanggan sepeda motor memilih motor jenis matik sebagai pilihannya. Mulai dari model, warna, bentuk, kenyamanan, kemudahan dalam pemeliharaan, konsumsi bahan bakar yang irit, merek terkenal, kualitas dan kuantitas serta sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun yang paling menarik adalah desain produk dan kualitas produk. Hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar sepeda motor cukup tinggi. Ketika merek, harga, dan promosi sudah memuaskan pelanggan, maka yang dicari oleh para pelanggan adalah seberapa menarik desain dan kualitas, kecanggihan dan banyak keunggulan yang dapat diperoleh oleh pelanggan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Sedangkan kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2016) adalah adalah "*The Ability Of A Product To Perform It's Function*". Maksud dari pengertian ini adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Yamaha sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia telah menyadari beratnya persaingan di Industri ini. Yamaha senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Yamaha menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan di desain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Yamaha untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dan

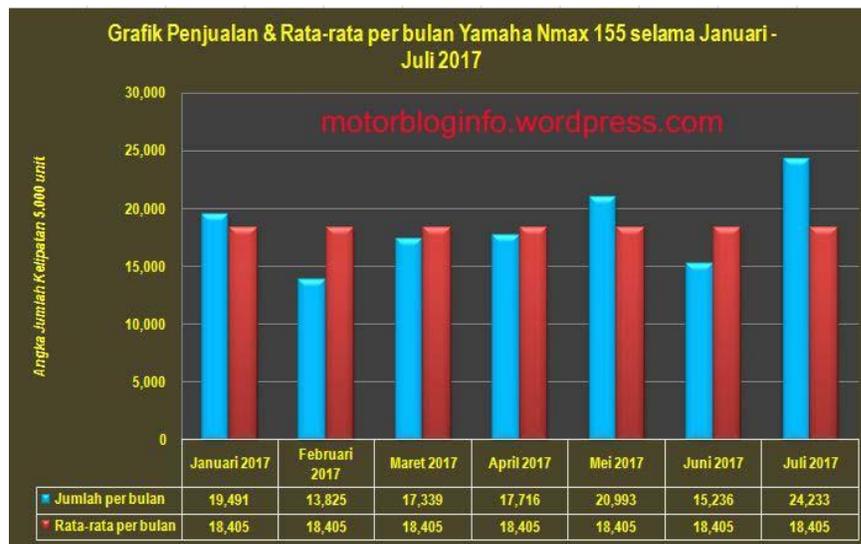
demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen. Yamaha juga selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada setiap produknya, seperti Yamaha NMAX.



Gambar 1.1 Desain dan tampilan yamaha nmax

Sumber: yamaha-motor.co.id

Yamaha Nmax, salah satu dari lima motor terlaris di Indonesia sepanjang 2017. Menurut data asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan mencapai 104.600 unit. Penjualan Nmax tergolong fantastis, karena satu-satunya skuter dengan harga diatas Rp. 25 juta yang bisa menempati posisi motor terlaris, sementara empat motor lain yang menjadi saingan penjualannya berada dikelas *entry level* dengan harga dibawah Rp. 20 juta, sebut saja honda Beat, Vario, Scoopy dan saudaranya sendiri Yamaha Mio M3. Kesuksesan skutik berkapasitas 150cc ini tidak didapat secara instan tetapi melalui proses panjang.



Gambar 1.2 Data Penjualan NMAX Januari-Juli 2017

Sumber : Motorbloginfo.wordpress.com

Dilahirkan 10 Februari Pertama kali Nmax meluncur harganya 27,4 juta (OTR Jakarta), fiturnyapun berlimpah mulai dari *variable valves actuation* (VVA) untuk menjaga torsi dan tenaga maksimal disetiap putaran mesin. Nmax merupakan produksi lokal pertama yang menggunakan teknologi ini, lampu depan dan belakang sudah dibekali LED hemat daya, ada pula panel instrumen digital dan sistem keselamatan *Anti-lock Bracking Sistem* (ABS). Fitur ini diklaim mampu mencegah

roda belakang terkunci akibat pengereman mendadak. Sedangkan Nmax ABS meluncur 22 Juni 2015, Yamaha kemudian meluncurkan versi murah dari Nmax yang ketika itu dibanderol Rp. 23,5 juta (OTR Jakarta) tanpa ABS, fitur keselatannya tentu berkurang selain itu bobotnya lebih ringan 1kg dibandingkan Nmax dengan ABS menjadi 119 kg, kehadiran varian ini membuat NMax laris manis bak kacang goreng bahkan penjualannya menjadi salah satu yang terbaik di model Yamaha. Persaingan skuter matik bongsor sangat menarik, sepeda motor model skuter otomatis (skutik) dengan bodi yang besar atau bongsor semakin terlihat wira-wiri di jalan raya, baik di kota besar maupun di daerah-daerah penyangga termasuk kabupaten Sidoarjo.

Jumlah penduduk di kabupaten Sidoarjo sendiri per 30 April 2018 sebanyak >2,2 juta jiwa yang terdiri dari pria >1,1 juta jiwa dan wanita <1,1 juta jiwa, dengan jumlah penduduk yang sekian banyak nantinya akan mempengaruhi minat pembeli konsumen dalam bidang transportasi roda dua khususnya skuter otomatis berbody besar tersebut. Merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Merek yang berhasil akan memiliki potensi besar untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak lagi bila perusahaan mampu memanfaatkan merek tersebut secara agresif dan terus menerus melalui berbagai cara seperti perluasan merek atau perluasan lini. Bagi banyak bisnis, nama merek (*brand name*) dan apa yang dikandungnya merupakan hal terpenting sebagai basis strategi bersaing, dan sumber pendapatan masa datang. Bagi perusahaan, merek bisa menjadi semakin bernilai karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Nmax dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, harga, promosi melalui

iklan yang menarik, kepribadian merek dibenak konsumen akan semakin kuat. Sejalan dengan hal di atas keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Nmax dipengaruhi oleh kualitas produk, dan desain yang mempengaruhi minat pembelian. Umumnya konsumen menginginkan desain yang inovatif dari waktu ke waktu.

Di samping persaingan yang lebih ketat, banyaknya perusahaan yang memproduksi sepeda motor, maka perusahaan dituntut untuk memperbaiki produknya dan meningkatkan program pemasarannya dengan cara memahami perilaku konsumen dalam proses pembelian produk sepeda motor. Kaitannya dengan keputusan pembelian produk di Yamaha Nmax, dapat disimpulkan pentingnya analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dari suatu produk tertentu. Untuk dapat mengantisipasi pesatnya persaingan yang dihadapi perusahaan motor di Sidoarjo agar dapat mempertahankan eksistensinya, maka dipandang perlu diadakan penelitian sejauh mana faktor-faktor perilaku konsumen terhadap minat pembelian produk motor tersebut. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses atau minat pembelian telah banyak dilakukan. Melalui riset ini akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap

konsumen terhadap bauran pemasaran diantaranya melalui promosi. Kegiatan promosi sepeda motor Yamaha Nmax diantaranya dapat dilakukan melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Sejalan dengan hal diatas keputusan konsumen dalam pembelian. Sepeda motor Yamaha Nmax dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, promosi melalui iklan yang menarik, dan keunikan dari desain. Terdapat beberapa penelitian tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. "Hartawan Mulya Muttaqin (2019) tentang "Pngaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Nmax Pada Masyarakat Di Kota Bandar Lampung" menyatakan bahwa keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMax dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, promosi melalui iklan yang menarik, dan keunikan dari desain. Berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo"**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari uraian diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo ?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo ?

4. Apakah kualitas produk, harga, dan desain produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Sidoarjo ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax DiSidoarjo.
2. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo.
3. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo.
4. Kualitas produk, harga, desain produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax Di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pemasaran terutama tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah bagi perusahaan, bagi pemerintah dan bagi konsumen.

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

2. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang mendorong perkembangan industri otomotif agar dapat terus berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.