

# BAB I

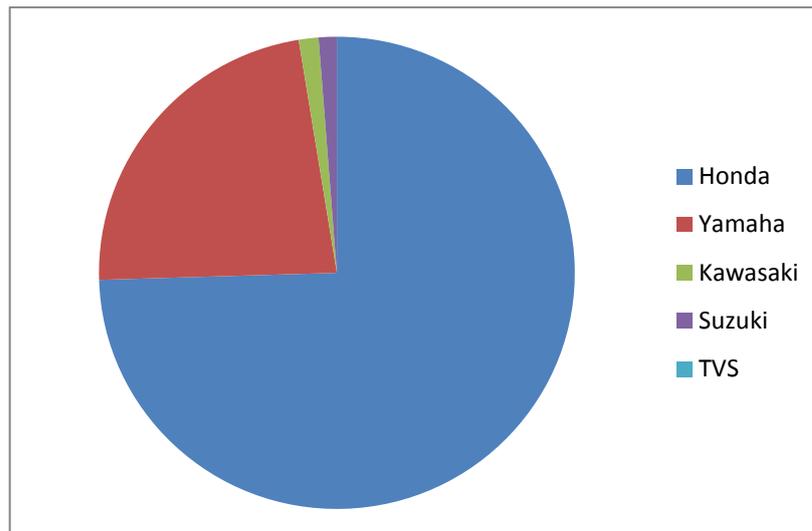
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini manusia dituntut untuk dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktifitas, begitu pula dalam hal mobilitas dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini juga berpengaruh terhadap pemilihan alat transportasi yang akan digunakan. Dalam kondisi saat ini, dari semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien. Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama di bidang kendaraan bermotor roda dua.

Saat ini industri otomotif di Indonesia, terutama untuk kendaraan roda dua sedang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini didorong oleh belum tersedianya kendaraan umum yang efisien bagi mobilitas masyarakat. Selain itu, kemudahan proses pembayaran dengan tersebarnya perusahaan *leasing* juga mendorong masyarakat untuk membeli dan menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi sehari-hari.

Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat. Kondisi ini membuat produsen semakin meningkatkan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru untuk meningkatkan penguasaan pasar.



Gambar 1.1 *Market Share* Sepeda Motor Anggota AISI untuk bulan Januari-Desember 2017

Sumber: [www.motorbloginfo.com](http://www.motorbloginfo.com). Diakses 27/02/2018

Dari gambar di atas terlihat penjualan sepeda motor Honda menguasai pangsa pasar. Hal ini menunjukkan bahwa sepeda motor Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS memang belum mampu mengalahkan penjualan sepeda motor Honda, yang sampai saat ini masih menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan (Cannon, dkk 2008). Jika perusahaan ingin berkembang, apalagi harus meraih keuntungan, mereka tidak punya pilihan lain selain menggunakan konsep kualitas. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan. Produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, memiliki karakteristik yang berbeda, serta memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan konsumen akan

membuat konsumen merasa puas, dan tertarik, maka keinginan konsumen untuk melakukan pembelian akan semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Weenas (2013) menjelaskan bahwa hasil pengalaman konsumen dalam memakai produk akan menghasilkan penilaian konsumen terhadap produk tersebut. Apabila produk tersebut dapat memuaskan konsumen maka konsumen akan memberikan penilaian yang positif terhadap produk tersebut. Penilaian tersebut maka konsumen akan tetap berkeinginan untuk membeli produk tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membelanjakan uangnya akan mempertimbangkan kualitas yang dapat diperoleh dari uang yang akan dikeluarkan. Konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk sebagai pengorbanan yang digunakan konsumen untuk membeli sebuah produk.

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan atau pelayanan (Laksana, 2008). Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan konsumen dalam pertukaran untuk pengkonsumsian, penggunaan, kepemilikan suatu barang atau jasa. Harga seringkali digunakan sebagai pertimbangan utama bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2012) salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah harga, maka perusahaan hendaknya mempertahankan strategi penetapan harga, yang berarti harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang

diharapkan serta memperhatikan harga kompetitif dari pesaing. Strategi penetapan harga menjadi sangat penting bagi Honda di tengah persaingan yang begitu ketat dengan Yamaha. Harga yang ditetapkan oleh Honda harus mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk. Selain itu kesesuaian manfaat yang diterima konsumen juga harus diperhatikan oleh Honda dalam penetapan harga tersebut. Dahulu sebagian masyarakat berasumsi harga menjadi faktor yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Namun seiring dengan perbaikan kondisi ekonomi konsumen faktor non harga juga menjadi faktor yang penting dalam keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2016). Jadi dalam menjalankan keputusan pembelian konsumen dihadapkan atas pilihan dari kumpulan merek-merek yang ada. Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan pembelian oleh konsumen dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian. Ada dua faktor yang muncul diantara kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian yaitu faktor pertama adalah sikap dari orang lain dan faktor kedua adalah situasi yang tidak terduga. (Hariadi, 2013)

Proses pembelian umum terdiri dari urutan kejadian berikut: Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pada setiap tahap. Sikap orang lain, faktor situasional yang tidak diantisipasi, dan risiko anggapan, semuanya mempengaruhi

keputusan untuk membeli, dan juga tingkat kepuasan produk pascapembelian konsumen, pemakaian dan penyingkiran, dan tindakan dari pihak konsumen. (Firmansyah, Fatihuddin ,2017)

Honda senantiasa berusaha menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Honda menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan didesain sesuai kebutuhan konsumen. Dahulu motor bebek atau juga dikenal istilah *underbone* di tahun 1970 hingga pertengahan 2000-an, masih menguasai pasar sepeda motor di Indonesia. Seiring dengan perkembangan jaman banyak pengguna motor *underbone* yang beralih ke matik. Pangsa pasar *underbone* semakin lama semakin tergerus oleh motor matik. Puncak kemerosotan motor *underbone* terjadi pada 2017 lalu.(diliput dari [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). Setelah pada 2004 lalu pangsa pasar motor ini sempat menembus angka lebih dari 90 persen, kini penjualannya bahkan tidak lebih dari 9 persen.

Honda saat ini mengalami perkembangan pesat di motor matik. Menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia yang disingkat AISI 2017 menyebutkan ada 4.509.154 unit matik yang terjual dari Januari hingga November 2017. Jumlah ini setara dengan 82,43 persen penjualan motor secara keseluruhan. Berikut yang dihimpun Kompas.com tercatat ada 5 sepeda motor matik terlaris di Indonesia, yaitu:

Tabel 1.2 Perkembangan Penjualan 5 motor matik terlaris di Indonesia per November 2017

5 Produk Motor Matik Terlaris	Penjualan Januari-November 2017
Honda Beat series	1.624.479 unit
Honda Scoopy	570.748 unit
Honda Vario 125 Esp	570.699 unit
Honda Vario 150 Esp	439.605 unit
Mio M3 125 CW	262.900 unit

Sumber : [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com) .Diakses pada 13/01/2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa motor Honda selalu dominan, apalagi dalam penjualan motor matik. Posisi pertama ditempati Honda Beat Esp dengan jumlah penjualan mencapai 1.624.479 unit. Sementara itu, posisi kedua dicapai oleh Scoopy dengan jumlah pencapaian 570.699 unit.

Melalui riset ini peneliti akan menganalisis dari salah satu motor matik terlaris yaitu Honda Scoopy. Peneliti tertarik dengan Honda Scoopy karena yang pertama adalah Scoopy unitnya selalu inden, proses indennya sendiri memakan waktu antara satu hingga dua bulan. Tetapi konsumen masih rela menunggu dalam proses waktu inden tersebut. Berbeda dengan unit motor lain yang lebih banyak tersedia dan walaupun ada proses inden hanya satu hingga dua minggu. Dan yang kedua adalah dari banyaknya permintaan yang masuk dari dealer, Honda Scoopy salah satunya, diantara motor sekelasnya seperti Honda Beat, dari Yamaha matik yang terkenal Yamaha Mio dan Yamaha Fino, Honda Scoopy lebih mahal.

Tabel 1.3 Perbandingan harga motor Honda Beat, Honda Scoopy, Yamaha Mio , Yamaha Fino

<b>Harga</b>			
Beat	Scoopy	Yamaha Mio M3	Yamaha Fino
16.280.000	18.750.000	16.100.000	16.400.000

Sumber: data internal

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda, Studi kasus di Dealer Motor Honda 99 Surabaya”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Motor Honda 99?
2. Manakah diantara kualitas produk dan harga yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Motor Honda 99?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Motor Honda 99.
2. Untuk mengetahui manakah diantara kualitas produk dan harga yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Motor Honda 99.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi kepustakaan universitas yang nantinya dapat dimanfaatkan bagi mahasiswa dalam mengambil literatur atau kajian pustaka dalam menyelesaikan penelitiannya.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan penyesuaian harga sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.
3. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pola pikir mahasiswa terhadap permasalahan yang dijadikan bahan dalam penyelesaian skripsi ini.

#### **A. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman penulisan penelitian ini, maka penulis membaginya ke dalam 5 bab. Dimana dalam setiap babnya

difokuskan hanya untuk membahas satu permasalahan. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai hal-hal yang ada dalam penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, metode penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Analisis. Bab ini berisi tentang gambaran umum objek/subjek penelitian, identitas dan karakteristik responden, pengujian hipotesis karena penelitian ini kuantitatif serta pembahasan.

Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari analisis dan pembahasan yang telah dilakukan.