

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan persaingan pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan baik, mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, serta mempromosikan produk secara efektif, maka produk-produk yang akan laris dipasarnya.

Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat menjadi hal yang sangat viral mengingat tingginya kemacetan yang ada di jalan raya, sehingga menjadi salah satu alternatif untuk mempermudah dan kelancaran untuk mencapai suatu tujuan di dalam kota, maka sepeda motor merupakan salah satu faktor pilihan yang tepat. Permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor untuk melakukan inovasi produk yang dihasilkannya. Jenis sepeda motor yang sangat digemari konsumen selama ini adalah jenis sepeda motor *matic*. Salah satu produsen yang telah meluncurkan jenis sepeda motor *matic* adalah merek Yamaha Mio.

Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Yamaha yang sudah lama berada di Indonesia

dengan segala keunggulannya, tetap mendominasi pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit dan ekonomis. Oleh karena itu konsumen untuk menggunakan sepeda motor ini sangatlah tinggi seperti salah satunya penjualan sepeda motor dengan merek-merek tertentu. Keputusan pembelian pada konsumen dapat dilihat pada tabel 1 yang menunjukkan persentase Top Brand Award 2018 dengan perbandingan tahun sebelumnya.

Table 1. Top Brand Award Kategori Sepeda Motor Matic

No	Sepeda Motor Matic							
	2015		2016		2017		2018	
	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
1.	Yamaha Mio	36.6%	Yamaha Mio	31,2%	Yamaha Mio	32,1%	Honda Beat	28,6%
2.	Honda Beat	28.9%	Honda Beat	30,6%	Honda Beat	29,9%	Honda Vario	27,2%
3.	Honda Vario	15.6%	Honda Vario	20,2%	Honda Vario	21,8%	Yamaha Mio	22,2%
4.	Honda Vario Techno	4,6%	Honda Scoopy	3,8%	Honda Scoopy	4,3%	Honda Scoopy	7,6%
5.	Honda Scoopy	3,8%					Yamaha NMax	1,9%

Sumber: <http://httpwww.topbrand-award.com>

Dari di atas dapat di lihat, dapat di lihat pada tahun 2015 hingga tahun 2018 sepeda motor merek Yamaha Mio mengalami fluktuasi hal ini mengindikasikan bahwa ada suatu masalah pada sepeda motor Yamaha Mio. Hal itu terlihat pada tabel Top *Brand Award* kategori sepeda motor *matic* pada tahun 2015-2018, dimana pada tahun 2015 TBI Yamaha Mio berada pada 36,6 % lalu menurun sebesar 5.4% menjadi 31,2% ditahun 2016 sedangkan di tahun 2017 meningkat sebesar 0,9% menjadi 32,1% dan di tahun 2018 menurun sebesar 9,9% menjadi 22,2%. Hal menunjukkan minat beli konsumen atau keputusan konsumen terhadap pembelian sepeda motor Yamaha Mio cenderung tidak stabil.

Dalam hal ini terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu konsumen, yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa. Sedangkan faktor internal merupakan faktor yang melekat pada diri konsumen juga dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan

pembelian. Lalu ada faktor dari bauran pemasaran yaitu (produk, harga, tempat saluran distribusi dan promosi) yang dapat di kendalikan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Adapun perbedaan antara produk sepeda motor Yamaha Mio dengan produk pesaing yang merupakan bukti dimana terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk sepeda motor Yamaha Mio dan produk pesaingnya yaitu Honda Beat dan Honda Vario. Lalu terdapat beberapa penelitian mengatakan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, antara lain faktor produk, faktor harga dan faktor promosi.

Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk tanpa adanya usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Strategi produk dalam hal ini adalah dengan menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan pangsa pasar.

Penetapan harga pun selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam pangsa pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

Menurut Agustin. M Y (2016) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sama halnya menurut Sawitri Y dkk (2013) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian. Hal mendukung penelitian Tampi D, dkk (2016) menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kristian. D dan Widiyanti R (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitu pula menurut Dharmawan. H.R (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serupa dengan Dhio Rayen Rawung, dkk (2015) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Achidah. N dkk (2016) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula menurut Syaleh H (2017) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan adanya fenomena dan perbedaan pendapat peneliti terdahulu diatas maka peneliti ingin mengembangkan penelitian terdahulu dengan tempat dan responden yang berbeda peneliti membuat penelitiannya dengan judul Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian “(Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Mio Di Kelurahan Pejuang)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio ?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Yamaha Mio.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio

### 1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam melakukan penelitian pasti memberikan manfaat. Adapun didalam penelitian ini adalah

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran sebagai refrensi dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian, terutama mengenai analisis kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan Yamaha khususnya produk sepeda motor mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan untuk menginformasikan posisi sepeda motor dengan pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen di Daerah Kelurahan Pejuang dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui tanggapan tentang kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian