

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dewasa ini penggunaan sepeda motor oleh semua kalangan baik remaja, dewasa, maupun orang tua dengan beragam latar belakang dan pekerjaan bertumbuh dengan pesat. Sepeda motor dianggap sebagai kendaraan yang paling mudah untuk mencapai tujuan dan mendukung aktivitas individu sehari-hari. Tingginya kemacetan yang ada di jalan raya membuat sepeda motor merupakan pilihan yang tepat untuk mempermudah dan mempercepat melewati kemacetan di setiap menempuh perjalanan dan dapat menghemat waktu.

Transportasi umum yang kurang representative untuk mendukung mobilitas masyarakat membuat industri otomotif khususnya sepeda motor berkembang dengan pesat. Meningkatnya minat masyarakat terhadap sepeda motor ternyata tak disiasikan oleh pihak produsen sepeda motor untuk memproduksi semakin banyak model untuk ditawarkan ke masyarakat. Produsen sepeda motor berlomba untuk memproduksi sepeda motor tipe terbaru dengan teknologi terbaru dan keunggulan-keunggulan lainnya agar menarik minat masyarakat. Salah satu produk yang digemari dan laris di masyarakat adalah sepeda motor dengan teknologi *matic*. *Matic* merupakan kepanjangan dari istilah *automatic* yang mengacu pada sistem pengoperasian gigi persneling sepeda motor tersebut yang secara otomatis diatur oleh mesin kendaraan itu sendiri. Motor *matic* kini menjadi salah satu motor yang paling diminati masyarakat di Indonesia. Kehadiran motor commuter ini jadi primadona karena kenyamanan serta kemudahan operasionalnya. Selain itu, harga yang cukup terjangkau juga menjadi faktor mengapa kini segmen *matic* memiliki *market size* paling besar di pasar otomotif roda dua di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Di Indonesia setidaknya ada beberapa brand sepeda motor terkenal yang memproduksi sepeda motor tipe *matic* yang telah lama menjadi idola masyarakat luas seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Berikut data penjualan 10 sepeda motor *matic* terlaris di Indonesia selama bulan Januari hingga Juni 2015 :

Tabel 1 Penjualan Motor Matic Januari – Juni 2015

NO	Tipe Motor Matic	Penjualan Semester I Tahun 2015
1	Honda BeAT FI	984.276
2	Yamaha Mio M3	307.357
3	Honda Vario 125 eSP	285.884
4	Honda Vario 150 eSP	257.278
5	Honda Scoopy FI	163.259
6	Honda Vario CW FI	106.054
7	Yamaha All New Soul GT	94.866
8	Yamaha Fino FI	45.798
9	Yamaha X Ride	36.797
10	Yamaha GT	36.405

Sumber : (Musofa, merdeka.com, 25 Juli 2015)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, penjualan sepeda motor *matic* terbanyak di Indonesia diduduki oleh tipe Honda Beat FI dari pabrikan Honda. Disusul diposisi kedua tipe Yamaha Mio M3. Honda dan Yamaha terus bersaing yang seakan kembali mempertegas diri mereka sebagai *top two* perusahaan sepeda motor dengan penjualan terlaris. Persaingan antara Honda dan Yamaha di bidang produk sepeda motor *matic* terasa semakin ketat saat Honda dan Yamaha mengeluarkan produk-produk terbarunya. Perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang mampu mempunyai nilai yang lebih tinggi, sehingga berbeda dengan produk pesaing. Orientasi perusahaan di zaman modern ini tidak hanya menjual produk tetapi bagaimana membuat produk tersebut dapat sesuai dan memuaskan konsumen sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan kembali membeli produk itu. Konsep produksi menegaskan bahwa konsumen akan memilih produk yang tersedia di mana-mana dan murah. Konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi dan inovatif.

Harga menjadi salah satu strategi bersaing dalam industri sepeda motor di Indonesia. Menurut Kotler & Armstrong (2013, hlm.314) menyatakan bahwa : harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa; sejumlah nilai yang pelanggan pertukarkan untuk manfaat dalam memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi *profit*. Harga adalah satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Namun dalam menetapkan harga tidaklah mudah, dengan harga yang mahal hanya dapat

meningkatkan pendapatan jangka pendek, namun di sisi lain tidak terjangkau oleh konsumen. Dan terkadang harga yang mahal dapat memicu protes dari masyarakat atau lembaga konsumen dan bahkan campur tangan pemerintah untuk menurunkan harga tersebut. Selain itu dengan harga yang mahal akan memancing pesaing untuk masuk ke pasar perusahaan tersebut dengan permainan harga yang relatif lebih rendah. Sedangkan bila harga terlampau murah, pangsa pasar dapat melonjak. Akan tetapi laba bersih yang didapat jadi amat kecil bahkan akan mengurangi kekuatan perusahaan untuk memperluas pasar, jadi harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan yang cermat dan strategi puncak untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Bagi konsumen, harga dapat menyebabkan perpindahan pembelian produk. Harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan konsumen beralih pada produk pesaing. Oleh sebab itu kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan laba tergantung dari penentuan harga yang sesuai dengan produknya.

Menurut Purwanti, Setiawan & Rohmawati (2012) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat. Begitu pula menurut Isnani Patma (2013) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri cabang Samarinda. Hal ini karena menurut konsumen untuk keputusan pembelian dimana harga mencakup tingkat harga, potongan harga, keringanan periode pembayaran menjadi pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan pembelian dengan kata lain seberapa besar jumlah uang yang harus disiapkan seseorang serta keterbukaan informasi akan adanya potongan harga yang didapat konsumen.

Faktor lain selain harga yang berperan dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor salah satunya yaitu kualitas produk. Menurut Kotler & Armstrong (2013, hlm.248) menyatakan bahwa : produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Yudhi Soewito (2013) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Begitu pula menurut Melvern Tamunu & Ferdinand Tumenu (2014) menyatakan bahwa kualitas

produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Manado. Menurut mereka, satu-satunya perusahaan dengan kualitas produk terbaik akan tumbuh pesat, dan dalam jangka waktu yang lama perusahaan akan lebih sukses dari perusahaan lain. Akan tetapi berbeda menurut Mohd Rizaimy, Shaharudin, Mansor, Hassan, Omar & Harun (2011), kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor nasional Malaysia. Sebelum membeli produk apapun termasuk sepeda motor / skuter, pembeli dapat memutuskan berdasarkan pada faktor-faktor tertentu preferensi atau prioritas yang berbeda antara individu-individu. Pelanggan tidak dapat mengandalkan persepsi kualitas saja dalam memutuskan untuk membeli atau tidak untuk membeli produk apapun di pasar. Sebuah studi telah menemukan bahwa ada banyak faktor yang dapat berkontribusi pada keputusan pembelian pelanggan selain kualitas.

Berdasarkan fenomena yang ada, namun dengan perbedaan obyek penelitian, kondisi demografis dan geografis yang berbeda, maka dari itu penulis ingin mengetahui apakah terdapat hasil yang sama atau berbeda dari hasil penelitian sebelumnya. dalam hal ini penulis memberikan judul tulisan, yaitu berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat?
- b. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain :

- a. Untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.
- b. Untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

1) Manfaat Akademis

Memberikan sumbangan referensi bagi akademis lain sebagai penelitian lanjutan yang sejenis mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda sehingga pengetahuan dapat semakin berkembang.

2) Manfaat bagi penulis

Sebagai bahan pembandingan antara teori yang telah diterima dibangku kuliah dengan situasi yang nyata, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

3) Manfaat bagi Produsen

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merancang strategi penetapan harga dan sebagai masukan dalam menciptakan serta mendisain produk sepeda motor Honda Beat.