

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Transportasi adalah alat yang digunakan untuk mengantarkan atau memindahkan manusia, hewan, dan barang ke tempat tujuan, atau transportasi dapat didefinisikan yaitu memindahkan manusia, hewan ataupun barang dari tempat asal ketempat tujuan dengan memakai suatu alat yang dapat digerakan oleh makhluk hidup atau mesin.

Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar yang sangat potensial di dunia khususnya bagi perusahaan otomotif, yang dikenal dengan sebutan sepeda motor. Perkembangan sepeda motor khususnya sejak 10 tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang sangat pesat, yaitu sampai tahun 2016 sudah tercatat sejumlah 105.150.082 unit.

Di Jakarta perkembangan sepeda motor saat ini sangat pesat, menurut data BPS tentang kendaraan sepeda motor secara kumulatif sampai dengan tahun 2016 telah tercatat sejumlah 306.031. 349 unit. Perkembangan ini menunjukkan pilihan masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan sepeda motor sebagai salah satu alternatif angkutan untuk mencapai tujuan sangatlah efektif dan efisien.

Perkembangan penduduk Jabodetabek saat ini melaju pesat, tidak di imbangi dengan penambahan sarana jalan yang pembangunannya berjalan sangat lambat, sedangkan laju perkembangan sepeda motor sangat cepat, sehigga menimbulkan macet dimana-mana, maka untuk mengatasi berbagai masalah transportasi jakarta satu-satunya pilihan masyarakat Jabodetabek saat ini adalah sepeda motor.

Seiring perkembangan laju sepeda motor diatas, maka perusahaan sepeda motorpun berlomba dalam menawarkan jenis dan merek yang dikeluarkan seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan lainnya, dari masing-masing perusahaan tersebut mengeluarkan berbagai mode, baik matic maupun manual, begitu juga besarnya cc yang dimiliki oleh jenis dan merek sepeda motor mulai dari 100cc, 110cc, 125cc, dan 150cc sampai dengan motor gede (moge). Dari berbagai jenis

dan merek sepeda motor diatas, yang paling banyak digemari masyarakat adalah jenis sepeda motor matic yang selalu mengikuti mode dan teknologi yang baru.

Produksi Yamaha memiliki berbagai jenis sepeda motor yaitu **jenis sport** (Yamaha YZF 25R, Yamaha MT 25, Yamaha YZF R15, Yamaha Vixion 150 FI, Yamaha MT 15), **jenis bebek** (Yamaha MX King 150, Yamaha Jupiter Z FI, Yamaha FORCE, Yamaha Vega RR), dan **jenis matic** (Yamaha N-Max, Yamaha All New Soul GT, Yamaha Mio M3 125, Yamaha Mio J FI, Yamaha X-Ride, Yamaha Fino Sporty FI, Yamaha Xeon RC, Yamaha GT 125 Garuda).

Yamaha berdiri di Indonesia sejak 1974, memberikan kontribusi yang besar dalam penyediaan alat transportasi kendaraan roda dua, dengan standar kualitas yang tinggi disertai pelayanan purna jual yang tersebar di seluruh Indonesia dengan total jaringan lebih dari 3.000 dealer dan bengkel. Yamaha Indonesia secara terus menerus melakukan inovasi terhadap produk, proses produksi maupun pelayanan yang selalu berorientasi terhadap keinginan dan kepuasan pelanggan serta komunitas sebagai prioritas utama perusahaan. Salah satu produk yang dikeluarkan pada Februari tahun 2015 di Sirkuit Sentul, Bogor adalah Motor Yamaha N-Max 150cc yang diperkenalkan sebagai anggota terbaru dari seri MAX, yang merupakan jajaran maksi-skuter sporty.

Motor Yamaha N-Max ini dirancang dengan desain yang sangat berbeda dengan tipe motor matic Yamaha lainnya. Desain body dari motor Yamaha N-Max ini dirancang dengan ukuran yang tergolong besar, sehingga akan lebih membuat nyaman para penggunanya. Terlebih desain stang motor Yamaha ini juga dirancang jauh lebih tinggi dari posisi tempat duduk, menjadikan para pengguna motor Yamaha N-Max ini tidak perlu membungkuk ketika mengendarainya.

Ketatnya persaingan bisnis sepeda motor saat ini membuat pengusaha berkompetisi dalam menawarkan barang dagangan, sehingga target penjualan dari masing-masing perusahaan dapat tercapai, berikut ini ditampilkan hasil penjualan tiga merek Sepeda motor matic.

Tabel 1. Penjualan 3 Merek Sepeda Motor Matic Tahun 2015 – 2017

Merek	2015	2016	2017
Honda Vario 150cc	487.975 unit	447.214 unit	466.204 unit
Yamaha N-Max	89.286 unit	254.826 unit	282.097 unit
Honda PCX	3.852 unit	5.292 unit	4.848 unit

Sumber : Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia

Dilihat dari tabel diatas, motor Yamaha N-Max mengalami kenaikan yang terus meningkat dari tahun 2015 sampai tahun 2017, hal ini karena Yamaha N-Max memiliki desain premium yang elegan ala motor Eropa, dengan range harga yang tergolong murah. Kemudian rival terberatnya motor Honda Vario mengalami penurunan dari tahun ke tahun, ini terjadi lantaran permintaan terhadap produk kompetitor cukup tinggi namun pihaknya cukup kesulitan untuk mengatasi serangan ini lantaran belum memiliki produk yang pas untuk menandingi kompetitor. Selanjutnya ada Honda PCX yang mengalami fluktuasi penjualan dari tahun ke tahun disebabkan adanya kompetitor yang mengeluarkan desain produk yang hampir sama dengan harga yang lebih terjangkau dari Honda PCX sehingga konsumen beralih ke produk kompetitor.

Menurut Hasan (2013, hlm. 212) perusahaan harus dapat menciptakan sesuatu yang benar-benar berkaitan dengan isu-isu penting, seperti kualitas, harga, pengiriman, atau lainnya dianggap sebagai faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian.

Kebanyakan para konsumen yang ingin membeli motor melihat dari segi kualitas produk, harga dan citra merek untuk memutuskan pembelian atas produk yang ditawarkan. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Menurut Amrullah & Agustin (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mendukung penelitian Wibawa, dkk (2016) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikandari kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Rawung, dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Yustiawan & Prijati (2016) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Serupa dengan penelitian

Amrullah & Agustin (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian Syaleh (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian penelitian penelitian Yustiawan & Prijati (2016) menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Begitu pula menurut Amrullah & Agustin (2016) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya menurut penelitian Wibawa, dkk (2016) mengatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari citra merek terhadap keputusan pembelian.

Dari fenomena tersebut maka ditemukan pokok permasalahan pertama dari perusahaan, banyak kompetitor mengeluarkan jenis motor dengan bentuk fisik hampir sama menyerupai Yamaha N-Max yang dapat mempengaruhi turun naiknya penjualan Yamaha N-Max itu sendiri, sehingga diperlukan strategi agar dapat mempertahankan kualitas untuk terus bersaing dengan berbagai kompetitornya.

Kedua dari konsumen, banyak konsumen tidak memiliki pendapatan yang cukup untuk membeli Yamaha N-Max sehingga perusahaan memberi kemudahan kepada konsumen dengan memberikan kredit atau angsuran dengan bunga yang kecil.

Ketiga dari slogan yang dimiliki perusahaan Yamaha berbunyi “Yamaha Semakin didepan” itu juga akan sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk, apabila telah tertanam dibenak konsumen akan terus menjadi pertimbangan dalam melakukan proses keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terjadi diatas maka penulis ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian motor Yamaha N-Max. Sehingga penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max 150cc” di Wilayah Kecamatan Jagakarsa Jakarta Selatan.

I.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, dapat dirumuskan ada beberapa masalah yang terjadi dalam penelitian, anantara lain :

- a. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max?
- b. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max?
- c. Adakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max?

I.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka inilah tujuan dari penelitian ini :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max.
- c. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

- a. Manfaat Teoritis
Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat memberi wawasan, pengetahuan, keterampilan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen. Dan diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai keputusan pembelian.
- b. Manfaat Praktis
Berguna sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang baru dalam menyelesaikan tugas akhir yang akan dibuat.