

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak ditemukan alat transportasi gerak hidup manusia berubah menjadi lebih mudah dan dinamis. Keberadaan sepeda motor pada saat ini sudah tidak dapat dipisahkan lagi. Tingginya kebutuhan akan alat transportasi yang terus meningkat membuat industri otomotif khususnya sepeda motor berkembang dengan pesat dan berdampak pada infrastruktur jalan yang masih tetap sebesar itu dan jumlah volume kendaraan yang selalu meningkat mengakibatkan kemacetan yang hanya bisa dilalui oleh sepeda motor, menjadikan sepeda motor alat transportasi yang efisien, praktis, dan sesuai dengan daya beli masyarakat saat ini.

Sepeda motor merupakan transportasi alternatif yang banyak dipilih orang karena mereka berfikir dengan membeli sepeda motor, mereka dapat mempersingkat waktu dalam melakukan aktivitas tanpa harus merasakan kemacetan. Disisi lain perawatan dari sepeda motor tidak terlalu sulit dan tidak terlalu mengeluarkan biaya banyak. Banyak perusahaan yang bergerak dibidang transportasi seperti halnya sepeda motor, para produsen sepeda motor bersaing dan berlomba-lomba untuk menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Bahkan setiap tahun selalu ada produk-produk baru bagi industri sepeda motor, dengan desain dan motif yang berda dengan produk-produk lama. Hal ini menyebabkan tingkat siklus produk sepeda motor menjadi semakin cepat berkembang dan persaingan antar produsen semakin kuat.

Dengan kekuatan daya tahan mesin dan keiritan bahan baku yang didesain dengan model-model yang menarik beberapa perusahaan mengeluarkan jenis sepeda motor yang berbeda yaitu seperti, Honda vario 110cc, Honda Vario CBS, Honda beat, Honda scoopy, Supra X, Honda CBR 150 R, Honda spacy, Honda PCX 150, Yamaha R25, Byson FI 150cc, Yamaha New Jupiter MX, Yamaha Nmax, Yamaha Tmax, Yamaha X-Ride, Yamaha Fino, Yamaha Mio GT, Yamaha Mio J, Suzuki Smash 110, Suzuki Spin 125S, Suzuki Sky Wave NR, Suzuki

Skydrive Dinamatic, Suzuki GSX 150 bandit, Suzuki Burgman Street 125. Hal ini menunjukkan bahwa dalam industri sepeda motor mengalami persaingan yang sangat ketat.

Demikian halnya seperti persaingan yang dilakukan oleh Honda dan Yamaha kedua perusahaan ini memang sering dikaitkan saling bersaing. Sebab keduanya berada dikelas yang sama. Tanpa bermaksud mengabaikan merek-merek motor yang lain, memang kedua merek motor inilah yang saat ini memimpin dengan strategi pemasarannya masing-masing. Seperti persaingan, yamaha yang berani mengambil risiko mengadu peruntungan dengan mengambil peluang untuk meluncurkan skuter matic pertama di Indonesia yaitu yamaha mio pada tahun 2004. Langkah ini rupanya berjalan sukses dan berhasil menjadikan yamaha sebagai *pioneer* produk skutik, sekaligus merebut pasar honda ketika itu. Namun honda tidak mau kalah dan dia pun mengeluarkan dengan cara membanjiri pasar motor, baik motor bebek maupun motor skutik dengan produk-produk dan varian-varian baru dari kurun waktu 2004-2011, honda mengeluarkan produk: vario, beat, scoopy, dan spacy di kelompok skutik. Legenda, blade, dan revo di kelompok motor bebek. Pada tahun 2012, honda akan semakin membanjiri pasar motor dengan merilis 7 produk barunya sementara dikurun waktu tersebut yamaha masih tetap mengandalkan Mio nya.

Fenomena yang terjadi sekarang ini adalah banyaknya peminat motor skuter bertransmisi *automatic* atau biasa disebut dengan motor matic. Motor matic menjadi salah satu kendaraan bermotor yang paling populer dikalangan masyarakat Indonesia pada saat sekarang ini, lincah bermanuver tanpa sering ganti gigi perseneling, menjadi alasan banyak diminati konsumen, yang awalnya ditunjukkan kepada kaum perempuan, tetapi sekarang sudah banyak laki-laki yang menggunakan, mulai dari yang muda sampai yang tua dengan alasan mudah digunakan atau sekedar bergaya karena tampilan yang elegan dan *stylish*. Salah satu yang menjadi fokus peneliti disini adalah sepeda motor merek Honda Beat.

PT. Astra Honda Motor (AHM) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan retail sepeda motor merek Honda. Produk-produk yang didistribusikan oleh PT. Astra Honda Motor merupakan hasil produksi dari negara asal honda yakni Jepang, hal ini membuktikan bahwa produk dan suku

cadang yang dipasarkan oleh Astra Honda Motor memiliki kualitas yang baik dan berteknologi tinggi. Dalam mengembangkan bisnisnya dan usahanya Astra Honda Motor telah mengembangkan 600 dealer resmi penjualan sepeda motor Honda, dengan lebih dari 1000 bengkel untuk melayani perbaikan dan pemeliharaan sepeda motor Honda serta 2000 an outlet penjualan suku cadang yang tersebar di 11 area distribusi penjualan di seluruh wilayah Indonesia.

PT Astra Honda Motor berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing misalnya Honda Beat. PT. Astra Honda Motor disini mengeluarkan motor matic honda beat yang ramping dan irit bahan bakar. Honda beat memiliki teknologi mesin injeksi yang terbukti irit bahan bakar. Teknologi ini disebut PGM-FI (programmed fuel injection), yang mampu menekan dan mengurangi emisi gas buang yang dihasilkan sehingga membuat irit bahan bakar dan ramah lingkungan. Selain performa yang tinggi, honda beat juga menawarkan kenyamanan bagi pengendara terbukti dengan digunakan tempat duduk alias jok yang empuk dengan posisi yang agak rendah sehingga pengendalian maupun pembonceng bisa tetap nyaman ketika menggunakan motor ini. Selain itu juga terdapat pijakan kaki yang luas dan nyaman sehingga kaki pengendara tidak cepat pegal saat berkendara. Honda Beat diharapkan mampu memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga tanpa melupakan unsur ekonomis (hemat BBM dan perawatan) yang menjadi positioning sepeda motor Honda. PT Astra Honda Motor menjual sepeda motor juga memperhatikan harga dan kualitas produknya. Berikut adalah data penjualan motor pribadi di Indonesia pada Tahun 2015 sampai Tahun 2017 :

Tabel 1. Data Tabel Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia dari tahun 2015-2017

Jenis Sepeda Motor	2015	2016	2017
Honda	4,453,888	4,380,888	4,385,888
Yamaha	1,798,630	1,394,078	1,348,211
Suzuki	109,882	56,824	72,191

Sumber: triatmono.info

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dilihat Honda Beat menduduki peringkat ke 1. Honda Beat tetap menjadi pilihan masyarakat Indonesia. Dapat dilihat Honda Beat pada tahun 2015 Honda Beat memiliki jumlah penjualan 4,453,888 lalu pada

tahun 2016 Honda Beat mengalami penurunan sebesar 4,380,888, lalu pada tahun 2017 Honda beat mengalami kenaikan sebesar 4,385,888.

Adapun data lain yang mendukung peneliti mengambil variabel Keputusan Pembelian yaitu data rata-rata penjualan motor honda. Banyaknya penjualan yang dilakukan Honda terbukti pada tabel pendapatan yang dikeluarkan oleh tmcblog.com seperti berikut :

Tabel 2. Daftar Sepeda Motor Terlaris Di Indonesia Tahun 2017

Jenis Motor	Penjualan (unit)
Honda Beat	1.959.263
Honda Scoopy	612.197
Honda Vario Series	1.200.287
Yamaha Aerox	150.582
Yamaha Fino	143.127
Yamaha Mio M3	312.109

Sumber: tmcblog.com (Daftar 10 Sepeda Motor Terlaris Di Indonesia Tahun 2017)

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa Honda beat merupakan motor paling laris sepanjang 2017 dengan terdistribusi sebanyak 1.959.263 atau artinya mengeruk pangsa pasar 33% atau bisa dibilang 1/3 dari motor yang terjual di 2017 adalah Honda beat. Honda Beat merupakan motor Honda paling laris dan juga motor skutik paling laris.

Adapun data lain yang mendukung peneliti mengambil variabel Keputusan Pembelian.Keputusan pembelian pada konsumen dapat dilihat pada tabel dibawah ini yang menunjukkan presentase Top Brand Award 2017 dengan perbandingan tahun sebelumnya seperti berikut :

Tabel 3. Data Top Brand Award Penjualan Motor matic dari tahun 2015 - 2017

MEREK	2015		2016		2017	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Yamaha Mio	36,6%	TOP	31,2%	TOP	32,1%	TOP
<b>Honda Beat</b>	<b>28,9%</b>	<b>TOP</b>	<b>30,6%</b>	<b>TOP</b>	<b>29,9%</b>	<b>TOP</b>
Honda Vario	15,6%	TOP	20,2%	TOP	21,8%	TOP
Honda scoopy	3,8%		3,8%		4,3%	

Sumber: Top Brand Award

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat Honda Beat menduduki peringkat ke 2.Honda Beat tetap menjadi pilihan masyarakat Indonesia, meskipun diperingkat kedua Top Brand Award selama 3 tahun. Dapat dilihat Honda Beat pada tahun 2015 Honda Beat memiliki presentase sebesar 28,9%, lalu pada tahun 2016 Honda Beat mengalami kenaikan sebesar 30,6%, lalu pada tahun 2017 Honda beat

mengalami penurunan sebesar 29,9%. Penurunan yang terjadi pada Honda Beat dapat diindikasikan karena banyaknya pesaing yang muncul dengan produk yang sama yang dipasarkan oleh pesaing. Walaupun Honda Beat berada diposisi kedua dan mengalami penurunan ditahun 2017 hal ini menjadi pemicu agar Honda terus meningkatkan kualitas produknya seperti mesin, fitur, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan untuk mempertahankan pelanggannya agar tetap menggunakan atau membeli produk yang diproduksi oleh Honda.

Adapun data yang mendukung peneliti dalam mengetahui jumlah penduduk di Kecamatan Cinere dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4. Jumlah Penduduk Per Kelurahan Kecamatan Cinere  
(Per 31 Desember 2017)

Kelurahan	Jumlah Penduduk		
	Lk	Pr	Jumlah
Cinere	19.400	14.577	33.977
Gandul	9.564	10.102	19.666
Pangkalan Jati	10.936	10.391	21.327
Pangkalan Jati Baru	7.041	6.848	13.889
Jumlah	46.941	41.918	88.859

Sumber: Laporan Tahunan Kecamatan Cinere

Berdasarkan laporan tahunan kecamatan cinere tahun 2017, jumlah penduduk di Kecamatan Cinere pada tahun 2017 adalah sebanyak 88.859 jiwa, dengan jumlah penduduk terbanyak adalah di kelurahan cinere sebesar 33.977 jiwa dan jumlah penduduk terkecil di kelurahan pangkalan jati baru sebesar 13.889 jiwa. Banyaknya penduduk di Kecamatan Cinere membuat kebutuhan akan transportasi meningkat. Ditambah dengan cepatnya pengetahuan dan faktor lainnya yang mendukung masyarakat cinere untuk menggunakan sepeda motor.

Adapun data lain yang mendukung peneliti untuk mengetahui data penjualan sepeda motor di Depok dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang menunjukkan data penjualan sepeda motor di Depok seperti berikut :

Tabel 5. Data Penjualan Sepeda Motor Di Depok Tahun 2015-2017

Jenis Motor	Tahun		
	2015	2016	2017
Honda Beat	98.246 unit	60.798 unit	160.314 unit
Yamaha Mio M3	77.219 unit	43.030 unit	25.116 unit
Suzuki Next	9.547 unit	11.396 unit	15.186 unit

Sumber: data penjualan sepeda motor di Depok

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat Honda Beat menduduki peringkat pertama. Dapat dilihat pada tabel Honda Beat pada tahun 2015 Honda Beat memiliki jumlah penjualan sebesar 98.246, lalu pada tahun 2016 Honda Beat mengalami penurunan sebesar 60.798 dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 160.314.

Diduga salah satu faktor penyebabnya kualitas produk yang dimiliki oleh sepeda motor merek Honda yaitu sepeda motor yang mempunyai kualitas mesin yang baik. Sehingga masyarakat memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menurut penelitian Tamunu dan Tumewu (2014), Yustiawan (2016) dan Amrullah dan Agustin (2016) berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu menurut penelitian Menurut Jayadi (2017) dan Agustin (2016) berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk, hargadan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan menurut Martini (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan selanjutnya menurut Sudarno dan Utomo (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Lain halnya dengan menurut Mandey, dan Soepeno (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti ingin meneliti dengan topik Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Maka, peneliti ingin menulis penelitian dengan judul “Keputusan Pembelian Terhadap Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada Konsumen Di Kecamatan Cinere, Depok)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan untuk dilakukan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
- c. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud bahwa tujuan tentang apa yang akan dibuat akan mencapai hasil yang diinginkan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk membuktikan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Untuk membuktikan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- c. Untuk membuktikan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain adalah sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan, konsep dan praktek ilmu pemasaran yang bermanfaat:

#### **1) Bagi Pembaca**

Menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dalam bidang pemasaran dalam memutuskan pembelian dibidang industri otomotif dipengaruhi dengan kualitas produk, harga dan promosi.

#### **2) Bagi Peneliti**

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam bidang pemasaran khususnya dalam mengetahui bagaimana pengaruh keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan promosi.

#### **3) Bagi Peneliti Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan yang memiliki prefensi untuk meneliti tentang keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran perusahaan industri sebagai bahan acuan mengenai faktor faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan tindakan dan kebijakan perusahaan selanjutnya.

