

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern ini perkembangan dunia industri semakin pesat, salah satunya industri otomotif yang mengalami perkembangan yang signifikan. Sarana transportasi merupakan salah satu bagian kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dipenuhi dan tidak dapat dipisahkan. Khususnya kebutuhan masyarakat pada alat transportasi sepeda motor sangatlah besar. Setiap konsumen mempunyai pertimbangan dalam memilih sepeda motor, dan mempunyai motivasi serta persepsi berbeda sebelum melakukan keputusan pembelian. Karena itu, setiap perusahaan otomotif harus mengetahui sepeda motor seperti apa yang dibutuhkan. Bahwa semua produsen sepeda motor seakan berlomba menciptakan inovasi baru, model dan desain terus diuji dan dikembangkan sesuai dengan selera konsumen.

Melakukan iklan di berbagai media, hal ini menunjukkan bahwa permintaan pasar sepeda motor sangat tinggi. Untuk itu produsen berusaha memberikan produk yang berkualitas agar konsumen puas dengan apa yang di berikan oleh produsen sepeda motor dalam hal ini para produsen memberikan pilihan harga sepeda motor mulai dari yang harganya terjangkau hingga yang membuat konsumen harus mengeluarkan uang yang lebih agar memperoleh sepeda motor yang diinginkan.

Pada era sekarang konsumen di beri berbagai macam pilihan sepeda motor dari mulai sepeda motor matic, sepeda motor bebek, hingga sepeda motor sport 150 cc untuk para konsumen sepeda motor yg memiliki kemampuan membeli lebih dan menginginkan agar tampilan dipandang baik dalam komunitas tertentu akan memilih sepeda motor sport 150 cc dengan berbagai macam pertimbangan salah satunya adalah model sepeda motornya yang terlihat lebih menarik di bandingkan dengan sepeda motor matic ataupun bebek. Maka saat ini para produsen sepeda motor juga terus mengembangkan sepeda motor 150 cc dengan berbagai macam varian serta harga. Bisa dibilang persaingan di pasaran motor sport 150 cc sangat ketat para kompetitor terus menawarkan pilihan pruduk unggulannya masng-masi

Fenomena ini di buktikan dari data AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) berdasarkan data penjualan sepeda motor dari tahun 2015-2017 adalah sebagai berikut :

Tabe 1. Data Penjualan Sepeda motor di Indonesia

Periode	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
Kawasaki	115,008	97,622	78,637
Tvs	2,747	1,873	1,176

Sumber: AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia)

Berdasarkan tabel 1 di atas, di ketahui bahwa penjualan sepeda motor pada tahun 2015 Yamaha berhasil menjual produknya sebanyak 1.798.630 unit. Pada tahun 2016 penjualan yang dilakukan yamaha mengalami penurunan dimana pada tahun tersebut hanya terjual sebanyak 1.394.078 unit. pada tahun 2017 penjualan Yamaha kembali mengalami penurunan ke angka 1.348.211 unit.

Salah satu produk unggulan Yamaha yang diluncurkan pada tahun 2007, Yamaha V-ixion merupakan sepeda motor pertama yang di produksi oleh Yamaha Motor Company dengan menggunakan teknologi sistem injeksi bahan bakar. Penggunaan injeksi bahan bakar akan meningkatkan tenaga mesin bila di bandingkan dengan penggunaan karburator karena dapat mengontrol rasio pencampuran bahan bakar dan udara yang lebih akurat, baik dalam proporsi dan keseragaman. Menyalakan mesin menjadi lebih mudah, lebih tahan terhadap suhu ekstrim, dan meningkatkan interval perawatan kendaraan. Selain itu sepeda motor Yamaha V-ixion juga nyaman saat di kendarai dengan menggunakan rangka deltabox yang membuat motor menjadi lebih stabil saat akan berbelok.

Oleh sebab itu produk Yamaha V-ixion menjadi salah satu produk yang cukup diminati oleh banyak konsumen, dengan menawarkan berbagai macam keunggulan maka Yamaha harus terus berinovasi terhadap produknya agar mampu bersaing dengan para kompetitornya di kalangan sepeda motor sport. berikut ini ditampilkan hasil penjualan sepeda motor tiga merek sepeda motor sport .

Tabel 2. Penjualan 3 Merek Sepeda Motor Sport Tahun 2015-2017

Merek	2015	2016	2017
Yamaha V-ixion	251.973 unit	153.128 unit	109.813 unit
Honda CB 150 R	91.823 unit	152.263 unit	107.991 unit
Honda Verza	61.507 unit	71.231 unit	53.278 unit

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia)

Berdasarkan tabel atas menunjukkan bahwa penjualan motor Yamaha Vixion pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 mengalami penurunan. Dalam hal ini beberapa faktor sangat mempengaruhi keputusan pembelian dari pembelian sepeda motor Yamaha V-ixion. Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang berusaha memahami bagaimana konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk atau jasa. 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 kualitas produk, harga dan iklan yang dapat di kendalikan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

Adapun perbedaan antara produk sepeda motor Yamaha V-ixion dengan produk pesaing yang merupakan bukti dimana terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk sepeda motor Yamaha V-ixion dan produk pesaingnya. Lalu terdapat beberapa penelitian mengatakan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, antara lain faktor kualitas produk, faktor harga dan faktor iklan. Menurut Amrullah & Agustin (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian Rawung, dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Daniel Tampi, dkk (2016) menyatakan bahwa daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian Syaleh (2017)

menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian penelitian Wibawa, dkk (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Mawara (2013) menyatakan bahwa periklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari fenomena tersebut ditemukan bahwa pokok permasalahan pertama adalah Yamaha V-ixion sudah melakukan peningkatan kualitas produk sehingga memerlukan strategi agar konsumen menjadi paham bahwa Yamaha V-ixion telah memperbaiki kualitas produknya.

Dari variabel kedua konsumen banyak yang belum memiliki pendapatan yang lebih untuk membeli sepeda motor Yamaha V-ixion pihak perusahaan bisa melakukan langkah dengan memberi kredit dengan bunga yang rendah.

Dari variabel ketiga yaitu iklan yang dilakukan perusahaan Yamaha dengan slogan yang berbunyi “Yamaha semakin didepan” akan membuat para konsumen akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terjadi diatas maka penulis ingin meneliti kembali dengan sampel yang berbeda. Penulis beranggapan adanya penurunan kualitas produk. Sehingga penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion di Wilayah Kelurahan Cipadak Jakarta Selatan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat di rumuskan ada beberapa masalah yang terjadi dalam penelitian antara lain adalah sebagai berikut :

- a) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha V-ixion ?
- b) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha V-ixion ?
- c) Apakah iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha V-ixion ?