

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman di era globalisasi saat ini membuat sepeda motor kini bukan hanya menjadi alat transportasi produktif bagi masyarakat, melainkan sepeda motor sudah menjadi hobi dan gaya hidup, bahkan dapat mengantarkan pada prestasi yang membanggakan. Di sisi lain sepeda motor juga dapat menjadi salah satu kebutuhan primer dibandingkan dengan alat transportasi umum lainnya. Selain sebagai alat transportasi yang gesit dan efisien sepeda motor juga digunakan untuk membantu masyarakat dalam melakukan aktivitasnya serta membantu melintasi kemacetan yang selalu terjadi di kota – kota besar. Alat transportasi menurut (Wahyuningsih, 2017:2) merupakan salah satu dari kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dimiliki dan tidak dapat dipisahkan.

Pertumbuhan pada konsumen sepeda motor meningkat sangat pesat. Di tengah – tengah persaingan yang begitu tinggi akibat banyaknya merek sepeda motor pendatang baru, sepeda motor Honda yang sudah lama berada di Indonesia tetap mendominasi pasar dengan keunggulan teknologinya. Pengembangan teknologi yang dilakukan oleh sepeda motor Honda sangat memenuhi kebutuhan pelanggan, terutama pengembangan mesin yang irit bahan bakar sehingga menjadikannya sebagai pemrakarsa kendaraan roda dua yang ekonomis.

Kini sepeda motor juga menjadi segmen dari gaya kehidupan masyarakat. Seperti pada saat ini kita sering kali menjumpai komunitas dari sepeda motor yang dapat kita temui di kota besar maupun kota kecil, sehingga dapat menjadi peluang yang sangat bagus bagi perusahaan yang bergerak di bidang sepeda motor.

Table 1.1. Informasi Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016-2020 di Indonesia

Tahun	Jumlah Sepeda Motor
2016	5,931,285 unit
2017	5,886,103 unit

2018	6,383,108 unit
2019	6,487,460 unit
2020	3,660,616 unit

Sumber: AISI

Dari tabel di atas dapat diketahui terjadi peningkatan penjualan sepeda motor pada tahun 2016 sampai tahun 2019 dan mengalami penurunan yang cukup tajam pada tahun 2020 yaitu sebesar 43,6% dari tahun sebelumnya akibat dampak dari krisis global. Penurunan penjualan mulai terasa setelah pemerintah menetapkan pembatasan sosial berskala besar untuk meredam dampak dari pandemi COVID-19. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto sempat mengungkapkan seluruh sektor lapangan usaha penyumbang PDB terbesar seperti industri pengolahan, perdagangan, pertanian, konstruksi, dan pertambangan mengalami penurunan tingkat pertumbuhan pada periode April – Juni 2020 (*Sumber : <https://tirto.id/penjualan-motor-nasional-anjlok-436-selama-2020-f9CE>*).

Perusahaan otomotif yang berjalan dalam bidang sepeda motor saat ini sudah mulai ramai, ada beberapa merek antara lain merek Honda, merek Yamaha, merek Suzuki, merek Kawasaki, merek TVS, dan beberapa merek lainnya. Hal ini membentuk pengaruh yang baik bagi para konsumennya, karena dengan banyaknya pilihan sepeda motor, maka konsumen akan lebih teliti saat memilih sepeda motor yang mereka inginkan. Berikut ini merupakan tabel penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2016 – 2018.

Tabel 1.2. Data Penjualan Sepeda Motor dari Tahun 2016 - 2018 di Indonesia

Tahun	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS
2016	4.380.888 unit	1.394.078 unit	56.824 unit	97.622 unit	1.873 unit
2017	4.385.888 unit	1.348.211 unit	72.191 unit	78.637 unit	1.176 unit
2018	4.759.202 unit	1.455.088 unit	89.508 unit	78.892 unit	331 unit

Sumber: <https://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2005/data-penjualan-motor-tahun-2016-2018/>

Dari tabel penjualan sepeda motor di atas menunjukkan bahwa dari tahun 2016 – 2018 sepeda motor Honda selalu berada di posisi yang terunggul dalam menguasai pangsa pasar di Indonesia dengan grafik penjualan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Sedangkan sepeda motor Yamaha berada di posisi kedua, Yamaha mengalami penurunan penjualan di tahun 2017 namun penjualan meningkat kembali di tahun 2018. Di posisi ketiga ada sepeda motor Suzuki yang terus mengalami peningkatan penjualan yang cukup tinggi dari tahun ke tahun. Lalu di posisi keempat ada sepeda motor Kawasaki yang mengalami penurunan penjualan yang cukup tinggi di tahun 2017 namun grafik penjualan mulai meningkat kembali di tahun 2018. Dan yang terakhir yaitu sepeda motor TVS yang dari tahun ke tahun mengalami penurunan pembelian yang cukup tajam, penurunan ini merupakan dampak dari penurunan kondisi perekonomian Indonesia.

Setiap perusahaan sepeda motor mempunyai kebijakan tersendiri dalam upaya menarik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, setiap individu memiliki pertimbangan yang berbeda – beda. Banyaknya pilihan sepeda motor saat ini membuat konsumen harus lebih teliti dalam memutuskan untuk membeli sepeda motor mana yang sesuai untuk mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu merek, antara lain persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk.

Kotler dan Armstrong (2016:177) menyatakan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mempelajari tentang individu, kelompok dan sebuah organisasi memilih, membeli, memakai dan bagaimana barang, jasa, ide atau gagasan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Pada dasarnya keputusan pembelian sangat perlu dilakukan terhadap pembelian suatu produk, karena semakin banyaknya produk yang ada maka semakin tinggi juga tingkat persaingannya sehingga mengakibatkan perlunya melakukan pertimbangan – pertimbangan sebelum konsumen melakukan pembelian suatu produk.

Harga memiliki peran yang penting dalam mempertimbangkan keputusan pembelian karena harga yang ditentukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap minat konsumen. Biasanya semakin tinggi harga suatu barang maka

semakin rendah minat para konsumen. Pada saat ini banyak perusahaan yang melakukan penawaran – penawaran menarik untuk memikat para pelanggan mulai dari potongan harga, kredit dengan jangka waktu tertentu, dan hadiah menarik lainnya.

Selain harga, citra merek juga memiliki peran yang penting. Citra merek merupakan suatu konsep unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar dalam suatu produk. Merek merupakan simbol dan indikator dari kualitas sebuah produk. Oleh karena itu, merek dari produk – produk yang sudah lama dikenal akan menjadi sebuah citra, bahkan simbol status bagi produk tersebut mampu meningkatkan citra pemakainya.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk atau lawan yang bertahan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat, (Kotler dan Armstrong, 2016:253). Ketika kualitas produk yang diciptakan baik dan sangat terpercaya, maka sebuah produk dapat menjadi pilihan utama bagi para konsumen, karena dengan produk yang berkualitas membuat para konsumen bersedia mengeluarkan sejumlah uangnya untuk mendapatkan produk tersebut.

Dari latar belakang yang tercantum di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian: “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda” (Studi Kasus pada Pengguna Sepeda Motor Honda di Cakung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang tercantum di atas, maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ?

4. Apakah persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, semoga dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini membuat peneliti mendapatkan pengalaman serta menambah wawasan dan pemahaman peneliti tentang persaingan bisnis otomotif dan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan
Memberikan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam hal pengambilan kebijakan perusahaan, khususnya dalam bidang pemasaran
3. Bagi Masyarakat
Memberikan pemahaman dan tambahan informasi untuk masyarakat mengenai faktor – faktor dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda.