

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri otomotif nasional di era modern sekarang ini mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan karena setiap tahun jumlahnya bertambah. Hal itu menyebabkan banyak produsen kendaraan bermotor yang bersaing meningkatkan pemasarannya sehingga memperketat persaingan antar produsen. Di jaman sekarang manusia beraktifitas menggunakan kendaraan, dikarenakan jarak perjalanan yang jauh, yang mana tidak memungkinkan bila perjalanan tersebut dilakukan dengan berjalan kaki. Maka alternatif yang dibutuhkan adalah kendaraan bermotor yaitu mobil atau sepeda motor kendaraan yang paling diminati sepeda motor di jaman sekarang ini membantu meminimalisasi waktu atau mengefisienkan waktu.

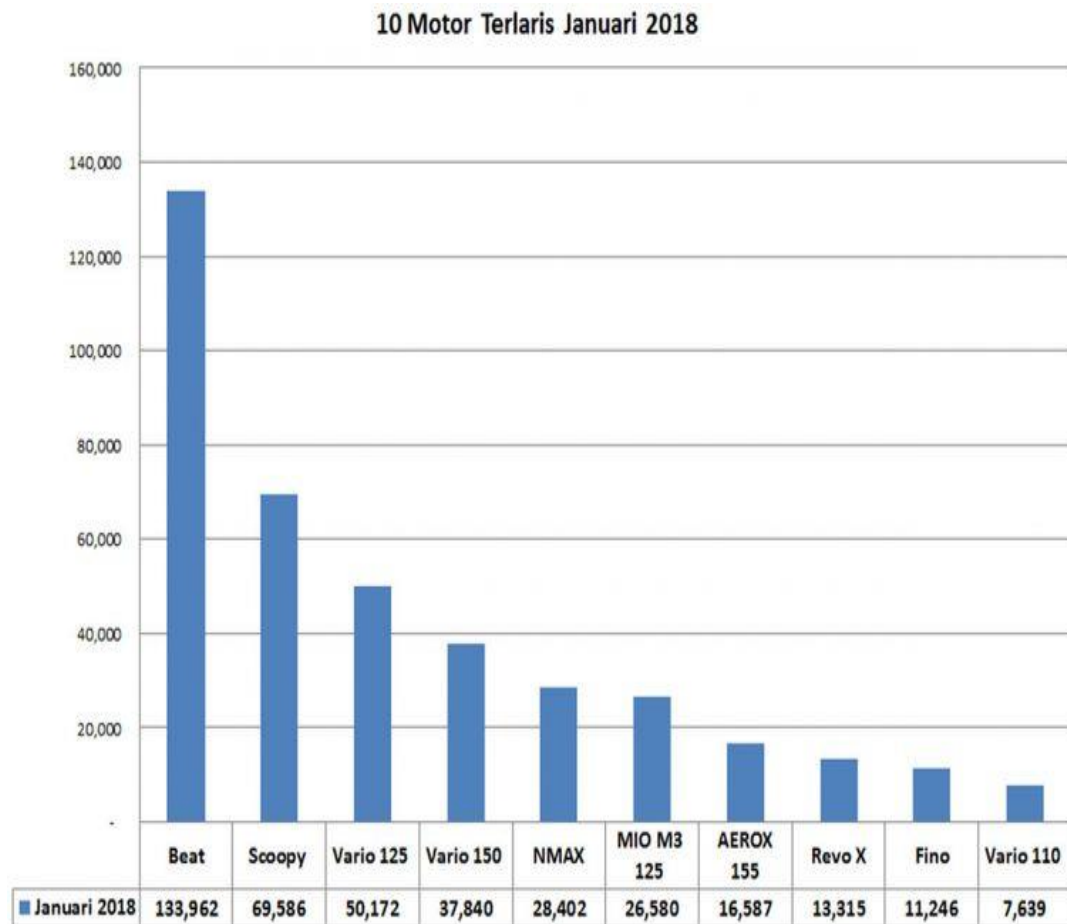
Honda Scoopy eSP merupakan motor matik honda yang dilahirkan dengan membawa desain klasik yang jika dilihat sekilas motor Honda Scoopy mempunyai tampilan seperti halnya scooter. Pabrikan Honda mengemas Honda Scoopy eSP dengan kemasan yang lebih stylish dan modern sehingga motor ini tidak terlihat jadul atau kuno bahkan dengan desain tersebut memberikan keunikan tersendiri bagi matic honda ini. Populernya Honda Scoopy eSP dipasar dalam negeri tidak lepas dari banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh motor ini. Selain desain yang retro dan klasik, Kelebihan Honda Scoopy eSP lainnya yang bisa menarik hati banyak orang yaitu cukup lincah untuk di ajak melakukan manuver diberbagai karakter jalanan, bahkan termasuk di jalanan yang padat pun motor ini bisa melakukan manuver dengan mudah tanpa khawatir motor terbentur.

Kelincahan dan kehandalan Motor Scoopy eSP ini tidak lepas dari ukuran spesifikasi motor ini yang begitu ideal untuk fostur tubuh orang Indonesia. Tentu saja dengan ukuran tubuh yang ideal para pengemudi bisa mengendarai motor ini dengan mudah tanpa harus merasa terbebani dengan bobot motor yang berat. Kemudian bentuk motor yang dibuat lebih aerodinamis juga mendukung kegiatan manuver atau akselerasi dengan mudah dan mumpuni.

Pada bukan pertama 2018, penjualan sepeda motor mengalami pertumbuhan positif 1,83 persen dibandingkan Januari 2017. Meski angkanya

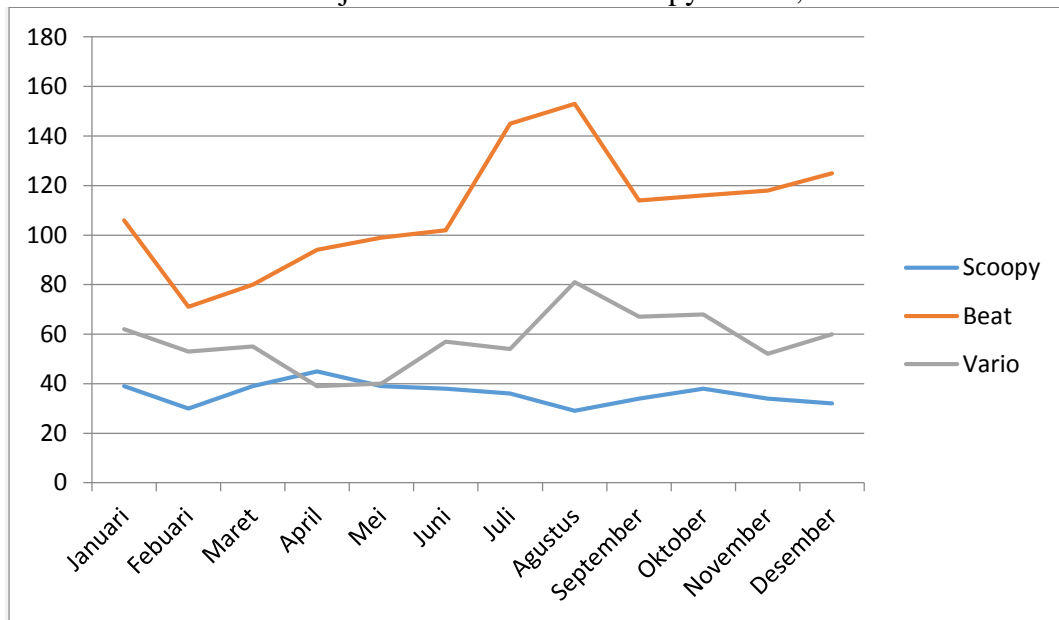
kecil, tapi ini bisa membangun optimism pertumbuhan sepanjang tahun ini. Berdasarkan data distribusi Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) model paling laris adalah merek Honda yang ditunjukkan dalam Gambar 1.1 berikut :

Gambar 1.1 Data penjualan motor terlaris



sumber: *otomotif.kompas.com*

Pada gambar 1.1. menunjukkan Honda Beat merajai penjualan skuter matik merek Honda, kemudian diurutan ke-2 hingga ke-4 dimiliki oleh sekuter matik Scoopy, honda Vario 125, kemudian Honda Vario 150. Pada keseluruhan produk motor merek Honda matik yang lebih unggul dalam penjualan di Januari 2018.

Gambar 1.2. Penjualan motor Honda Scoopy FI/eSP, 2018

Sumber: Data diolah (2019)

PT. Daya Anugrah Mandiri atau yang lebih dikenal dengan Daya Motor, adalah perusahaan retail sepeda motor Honda berskala nasional dengan jaringan yang menyebar di seluruh Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2002 dan merupakan bagian dari PT. Daya Adira Mustika, yang merupakan member dari TriputraGroup.

PT. Daya Anugrah Mandiri adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan perawatan sepeda motor Honda beserta suku cadangnya. Saat ini, PT. Daya Anugrah Mandiri memiliki lebih dari 80 cabang yang tersebar di 23 provinsi di Indonesia dengan nama DayaMotor. Visi dari PT. Daya Anugrah Mandiri sendiri adalah “Menjadi jaringan penjualan dan pelayanan purna jual sepeda motor terbaik di Indonesia, yang dekat di hati konsumen”.

Berdasarkan gambar data pada gambar di atas menunjukkan penjualan pada tahun 2018. Honda Motor Scoopy mengalami penurunan penjualan produknya. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemasaran dan kualitas produk itu sendiri, hal itu dikarenakan akan berdampak buruk pada penjualan produk tersebut. Maka untuk meminimalisir penurunan penjualan adalah perusahaan harus melihat pangsa pasar dan strategi dalam pemasaran, untuk meningkatkan penjualan yang pertama adalah kualitas produk yang harus terjamin mutu dan kualitasnya, kualitas produk yang baik pula itu akan menghasilkan citra merk dari produk

tersebut dan dikategorikan produk terbaik untuk menarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian yang diuraikan oleh penulis, maka pokok-pokok rumusan permasalahan yang akan dibahas antara lain :

1. Apakah Persepsi Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy di PT. Daya Anugrah Mandiri ?
2. Apakah Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy di PT. Daya Anugrah Mandiri ?
3. Apakah Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Motor Honda Scoopy di PT. Daya Anugrah Mandiri ?
4. Apakah Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Motor Honda Scoopy di PT. Daya Anugrah Mandiri ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan Pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Dealer Honda “Daya Anugrah Mandiri”.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Motor Honda Scoopy “Daya Anugrah Mandiri”.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Motor Honda Scoopy “Daya Anugrah Mandiri”.
4. Untuk mengetahui Perspsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeliansepeda motor Honda Motor Honda Scoopy “Daya Anugrah Mandiri”.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan, dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan dibangku perkuliahan ke dalam praktek yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

2. Bagi Akademis

Dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan untuk sumber informasi dan ilmu pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan produknya di masa yang akan datang