

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan terhadap alat transportasi sepeda motor kini semakin meningkat, hal ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan otomotif yang memproduksi sepeda motor, karena dapat memberikan solusi alternatif bagi masyarakat untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Kebutuhan terhadap sepeda motor akan menyebabkan peningkatan persaingan bagi perusahaan otomotif, karena setiap perusahaan berusaha menguasai pangsa pasar dengan memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen, oleh karena itu perusahaan dituntut lebih kreatif untuk memanfaatkan peluang yang ada agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yaitu dengan mengetahui dan menganalisa apa yang menjadi penyebab dari kegagalan peningkatan penjualan.

Kehidupan masyarakat modern saat ini telah mempengaruhi pola perilaku konsumen dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali ditentukan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti *trend* atau perkembangan jaman. Dalam kondisi ini keputusan memilih merek sangat berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang.

Saat ini persaingan diantara perusahaan otomotif sepeda motor seperti, Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki, dan lainnya sangat ketat. Setiap perusahaan harus meningkatkan inovasi terbaru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen

agar dapat memenuhi harapan bagi calon konsumen. Salah satu persaingan produk sepeda motor yang terjadi saat ini adalah sepeda motor matic, sepeda motor ini merupakan tipe sepeda motor yang otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual selain itu sepeda motor matik sangat digemari oleh masyarakat Indonesia karena selain mudah penggunaannya juga mempunya desain yang sangat ramping sehingga menjadi pilihan pertama untuk kaum wanita. Hali ini membuat produsen sepeda motor berlomba-lomba dalam memproduksi dan menawarkan sepeda motor jenis matik.

Honda merupakan salah satu produsen sepeda motor yang eksis di pasaran hingga saat ini, dengan varian yang paling laku adalah skutik (skuter matik). Berdasarkan data yang dikemukakan oleh Detik berpendapat bahwa dari data Asosiasi Sepeda Motor Indonesia (AISI) dari 10 motor terlaris pada semester pertama tahun 2018 menunjukkan bahwa posisi teratas dihuni oleh produk PT Astra Honda Motor (AHM) yaitu Honda Beat Series yang sudah terjual sebanyak 883.575 unit. Dan di posisi ke 10 di huni oleh PT Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM) yaitu Yamaha Mio Vino yang sudah terjual sebanyak 67.651 unit. Sepeda motor merek Honda berada di posisi teratas tentunya memiliki pemilihan strategi yang tepat agar dapat memenangi persaingan dengan merek lain dan tetap dapat bertahan sebagai pemimpin pasar.

Strategi Penetapan kualitas produk menjadi sangat krusial bagi Honda di tengah persaingan yang ketat dengan merk lain. Kualitas yang ditetapkan oleh Honda harus mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu, kesesuaian manfaat yang diterima oleh konsumen harus diperhatikan oleh Honda dalam penetapan kualitas tersebut.

Penetapan kualitas produk yang salah dapat menjadi masalah serius bagi Honda, karena merek lain akan selalu siap untuk mengambil konsumen yang kecewa dengan Honda.

Menurut Mulyono (2008 : 20) kualitas produk memiliki variabel berupa spesifikasi yang sesuai, kualitas yang tahan lama dan kualitas yang dapat dipercaya. Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada kinerja produk oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian dari konsumen, dalam arti sempit kualitas dapat didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan”, kualitas berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya: termasuk keawetan,keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki. Kualitas harus diukur dari segi persepsi atau tanggapan dari pembeli, kualitas merupakan peluang untuk bersaing (Kotler dan Amstrong : 2008).

Selain kualitas produk, minat juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, dimana semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan semakin tinggi juga minat konsumen untuk memutuskan pembelian, jika kualitas produk rendah tidak menutup kemungkinan untuk mengurangi minat konsumen dalam memutuskan pembelian. Swastha dan Irawan (2001) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam memberi barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Dalam membuat keputusan, konsumen tentu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian. Yakni dengan adanya informasi dan masukan dari konsumen dalam mengambil keputusan, maka informasi dan masukan tersebut dapat dijadikan sebuah pertimbangan bagi perusahaan. Jika perusahaan sudah mengetahui apa yang di pertimbangkan oleh konsumen, maka perusahaan dapat memperbarui strategi yang di terapkan supaya penjualan yang diinginkan tercapai dengan baik.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh keterlibatan konsumen dan kepercayaan mereka terhadap merk atau produk. Semakin konsumen terlibat dalam upaya pencarian produk, semakin besar dorongan konsumen untuk melakukan pembelian. Disisi lain, dalam melakukan pemilihan produk konsumen sangatlah selektif. "keputusan pembelian adalah pemilihan dari beberapa alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya dimana seseorang dapat membuat sebuah keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan" (Schiffman dan Kanuk, 2008:189). Untuk mencapai keputusan pembelian ada beberapa tahap yang di lewati oleh pembeli diantaranya yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingka laku paska pembelian. (Kotler 2009: 179).

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer MPM Motor di Jombang)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang dapat diuraikan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Delaer MPM motor Jombang?
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli sepeda motor Honda di Delaer MPM motor Jombang?
- 3) Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Delaer MPM motor Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang disusun diatas, maka tujuan peneliti adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Jombang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat kosumen untuk membeli sepeda motor Honda di Dealer MPM Motor Jombang.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Dealer MPM motor Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu ilmu yang bermanfaat terutama tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian,

selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya bagi perusahaan, bagi Universitas, dan bagi konsumen.

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberikan masukan untuk perusahaan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi peneliti atau pihak lain yang memiliki ketrekaitan di bidang yang sama.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan demikian diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan penulis sebagai bentuk tambahan wawasan sehingga teori - teori yang pernah diperoleh saat perkuliahan dapat diterapkan secara langsung dalam dunia usaha.

(Halaman ini sengaja di kosongkan)