

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini, khususnya di bidang transportasi sangat tumbuh dan berkembang dengan baik. Transportasi merupakan hal yang harus dimiliki bagi masyarakat pada umumnya, baik transportasi darat, laut maupun udara. Karena dengan adanya transportasi masyarakat dengan mudah untuk pergi ke tempat yang diinginkan, bahkan alat transportasi juga bisa digunakan untuk mencari nafkah seperti menggunakan sepeda motor untuk ojek online atau becak bermotor. Berbicara pada masalah transportasi ini tentunya tidak lepas pada dunia otomotif seperti motor maupun mobil. Pada akhir-akhir ini sedang gencar-gencarnya terutama untuk pabrik otomotif mengeluarkan sepeda motor dengan produk terbarunya untuk para konsumen. Produk baru yang dihasilkan diantaranya skuter matik, yang mana membuat para konsumen bingung untuk memilihnya. Untuk saat ini skuter matik sangat diminati oleh para konsumen melihat seberapa simpel dan enak pemakaiannya serta hemat pada bahan bakar bensin. Oleh karena itu, keadaan ini mengakibatkan perusahaan harus mengikuti perkembangan ekonomi dan perubahan baik dibidang sosial maupun dibidang budaya.

Perkembangan ekonomi juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen

benar-benar membeli. Seorang konsumen yang membutuhkan suatu produk akan mempunyai keinginan untuk segera memiliki produk tanpa melihat pertimbangan apapun. Namun sebagian konsumen yang melakukan proses keputusan pembelian akan mempertimbangkan faktor harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:313) harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat barang atau jasa.

Selain harga hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing adalah citra merek. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:69) citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Citra merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Citra merek memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak lagi bila perusahaan mampu memanfaatkan 3 merek tersebut secara baik dan terus menerus melalui berbagai cara seperti perluasan merek atau perluasan lini.

Bagi perusahaan, citra merek bisa menjadi semakin bernilai, karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Semakin besar

kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Gaya hidup juga berkaitan dengan keputusan pembelian masyarakat sekitar dengan memilih skuter matik seperti Honda Vario, Honda Beat bahkan pengeluaran yang terbaru dari Honda yaitu Honda PCX dimana sepeda motor tersebut sangat *booming* dikalangan masyarakat sekitar. Menurut Nugroho (2013:148) gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan) dan apa yang mereka perkirakan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya.

Dengan demikian hal ini juga menuntut Dealer Honda Suma Pamenang agar senantiasa memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang cenderung mengalami perubahan dari waktu ke waktu, maka Dealer Honda Suma Pamenang perlu mengadakan riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui bagaimana produk sepeda motor yang dibutuhkan dan di inginkan oleh konsumen. Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian untuk membeli suatu produk yang ditawarkan dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu Harga, Citra Merek dan Gaya Hidup.

Dealer Honda Suma Pamenang harus memiliki tujuan untuk meningkatkan produk terutama bentuk, tipe, daya tahan, serta keiritan bahan bakar. Merek yang dipasarkan harus meningkatkan kepuasan bagi

konsumen. Honda Vario adalah sepeda motor yang banyak diminati oleh konsumen. Honda Vario dikenal oleh para konsumen sebagai motor matik yang irit dan nyaman yang banyak diminati oleh para kaula muda. Berbagai produsen sepeda motor menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dealer Honda Suma Pamenang dituntut untuk selalu siap menghadapi tantangan-tantangan yang ada dipasar dan lingkungan pemasaran pada umumnya. Kondisi diatas dilakukan juga oleh CV. Suma Pamenang sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa penjualan sepeda motor merk Honda yang terletak pada jalan Jokotole No.222 Pamekasan. Terdapat tiga kategori pada sepeda motor Honda yang tersedia di CV. Budi Utama Motor yaitu pertama *cub* (yang dikenal oleh masyarakat sepeda motor biasa, seperti Revo), kedua *matic* dan ketiga *sport*.

Diantara beberapa produk yang di jual pada Dealer Honda Suma Pamenang salah satu produk itemnya yaitu Honda All New Vario 125 Esp Series. Dimana Honda All New Vario 125 Esp Series ini terdapat dua type yang pertama Honda Vario New Sporty CBS (*Combi Brake System*), dan kedua Honda New Vario Sporty CBS-ISS (*Combi Brake System- Idling Stop System*).

Berdasarkan wawancara awal dengan kepala CV. Suma Pamenang diperoleh informasi bahwa, Honda Vario masih fluktuatif. Guna memperoleh gambaran mengenai penjualan sepeda motor Vario, maka disajikan tabel data penjualan sepeda motor Vario pada kurun waktu Mei - Oktober 2019 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 125 Esp di
CV. Suma Pamenang

Bulan	Kategori	
	Honda Vario 125 CBS	Honda Vario 125 CBS-ISS
Mei	22	10
Juni	18	8
Juli	30	12
Agustus	31	10
September	35	15
Oktober	41	17

Sumber : CV. Suma Pamenang

Dari data diatas diketahui bahwa penjualan Honda Vario 125 Esp dari bulan Mei-Oktober 2019 mengalami naik turun. Oleh karena itu berdasarkan kondisi diatas maka perlu dikaji permasalahan yang terjadi. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor All New Vario 125 Esp Series Di Kota Pamekasan (Studi Kasus pada Dealer Honda Suma Pamenang)”*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan ?

2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan ?
3. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan ?
4. Apakah Harga, Citra Merek, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dengan melakukan analisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan.
2. Untuk mengetahui dengan melakukan analisis pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan.
3. Untuk mengetahui dengan melakukan analisis pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Citra Merek dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Vario 125 Esp Series di Dealer Honda Suma Pamenang Pamekasan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat memberikan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman dalam menerapkan teori perkuliahan, khususnya dibidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan dan menentukan kebijakan, terutama dalam usaha menetapkan harga, mempertahankan citra merek perusahaan, mengetahui gaya hidup konsumen sehingga dapat menyesuaikan keinginan konsumen serta mengetahui apabila ada kelemahan atau kendala yang dihadapi oleh perusahaan.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai tambahan informasi dan sebagai referensi perpustakaan bagi para peneliti selanjutnya terutama mengenai harga, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

4. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan bahan bacaan tentang Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penulis lain terutama yang berkaitan dengan masalah ini.

