

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah strategis guna memenangkan persaingan demi menjaga eksistensi yang dimiliki bertujuan mempertahankan dan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan. Hal ini dihadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba tidak terkecuali industri sepeda motor. Perkembangan jumlah penduduk saat ini yang cukup besar serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer.

Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor, guna menunjang aktivitas sehari-hari. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki. Ditengah ketatnya persaingan, harga juga termasuk salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penetapan harga oleh perusahaan sendiri harus disesuaikan oleh lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat

seiring perkembangannya waktu. Perlu kita ketahui juga bahwa, untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya juga promosi yang efektif. Menariknya promosi yang ditawarkan akan mempengaruhi minat konsumen untuk mencoba mengkonsumsi produk tersebut.

Berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga dewasa ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan. Beragamnya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi pun membuat produsen sepeda motor terus berinovasi hingga akhirnya lahir jenis sepeda motor bertransmisi otomatis yang kemudian dikenal dengan skutermatik.

Strategi pemasaran yang tepat menjadi salah satu hal yang harus dipertimbangkan oleh pihak perusahaan dalam mencapai tujuannya agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategi baru dalam menjual produk mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. Salah satu produk yang sudah terkenal dan dapat diingat oleh konsumen yang sudah lama berada di Indonesia dengan segala keunggulannya adalah sepeda motor Honda yang tetap ada dan masih tetap mendominasi atau tidak hilang dari persaingan pasar dan sekaligus memenuhi kebutuhan yang konsumen atau pelanggannya. Disisi lain, sepeda motor Honda ini terlihat memiliki daya tarik tersendiri kepada para konsumennya.

Tabel 1.1

Data Prosentase Penjualan Motor Matic Di Indonesia Pada Tahun 2016 – 2017

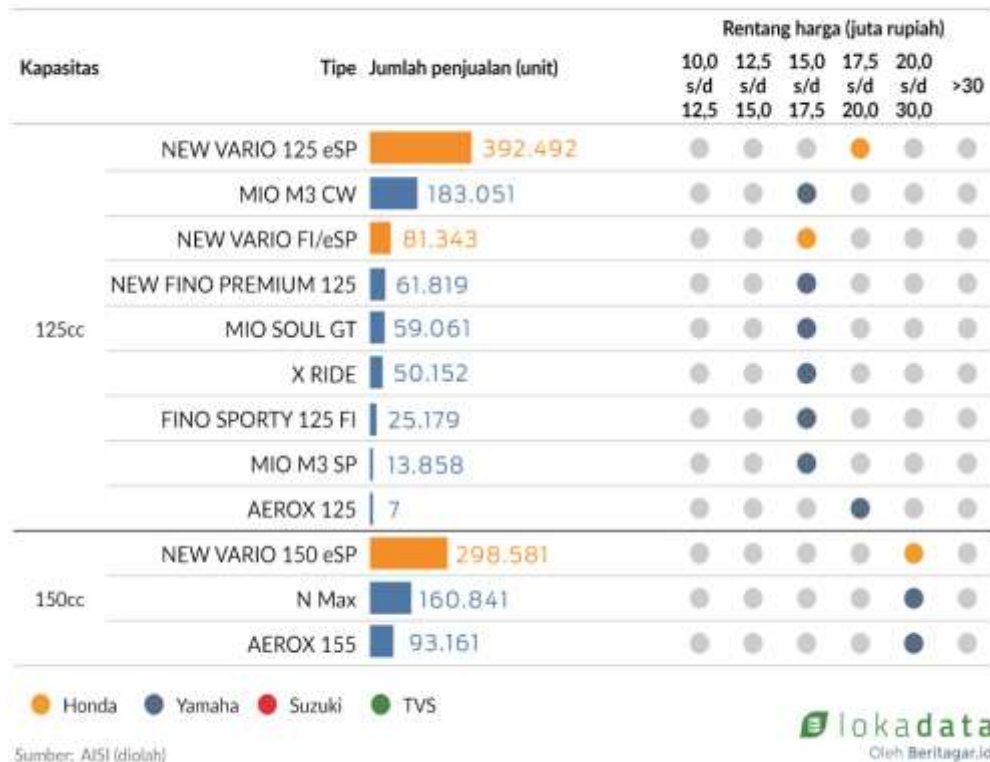
| NO | Merk motor | % Tahun 2016 | % Tahun 2017 |
|-----------|-------------------|---------------------|---------------------|
| | matic | | |
| 1. | Honda | 63.92 | 70.8 |
| 2. | Yamaha | 30.32 | 25.3 |
| 3. | Kawasaki | 3.48 | 1.8 |
| 4. | Suzuki | 2.09 | 1.5 |
| 5 | Tvs | 0.28 | 0.3 |

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Jika dilihat dari data tabel 1.1 di atas, prosentase volume penjualan sepeda motor matic di Indonesia dikuasai oleh merek Honda. Hal ini dapat dilihat dari data yang diberikan oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), *market share* merek Honda dengan prosentase lebih tinggi dibandingkan dengan merek motor matic lainnya. Pada tahun 2016 Honda memegang nilai tertinggi sejumlah 63.92% dan pada tahun berikutnya tahun 2017 Honda masih memegang nilai tertinggi sejumlah 70.8%. Kondisi tersebut membuat PT Astra Honda Motor (AHM) berupaya untuk mempertahankan posisinya agar produknya tetap bertahan dalam melawan pesaingnya dan minat konsumen tidak menurun pada tahun berikutnya.

Tabel 1.2

Penjualan Unit Motor Berkapasitas 125cc Pada Tahun 2017



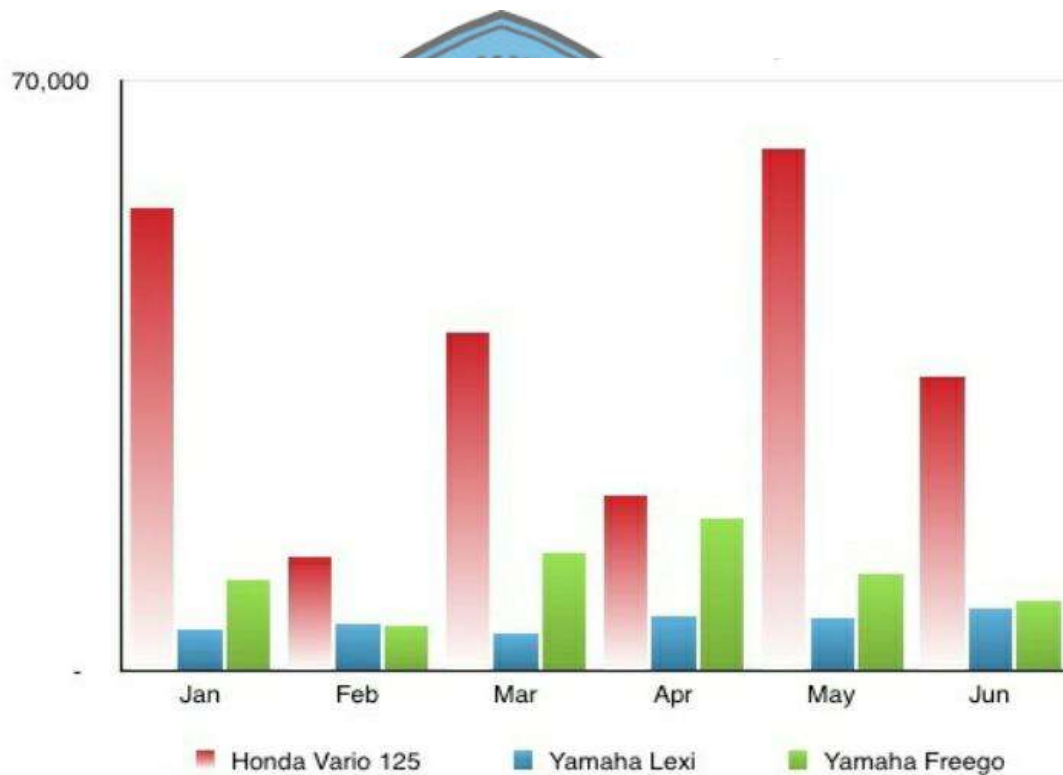
Berdasarkan tabel 1.2 data yang diolah dari Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AIS), penjualan sepeda motor secara domestik pada tahun 2017 sebanyak 392.492 unit, Honda Vario 125 yang menduduki peringkat pertama sekutik terlaris 125 cc pada tahun 2017.

Seperti yang sudah kita ketahui, awal tahun 2016 silam menjadi momentum bagi PT Astra Honda Motor (AHM) yang langsung melancarkan strategi terbarunya. Produk terbaru dari PT AHM tersebut adalah motor yang masuk ke dalam kelas

skuter matik terbaru yaitu Honda Vario 125. Hadirnya **Honda Vario 125 Terbaru 2020** dengan tampilan berkelas tersebut adalah untuk memanjakan konsumen setia AHM dari Sabang sampai Merauke, karena memang motor matic Honda satu ini juga mempunyai penyerapan pasar yang tinggi setelah Honda BeAT series.

Tabel 1.3

Penjualan Honda Vario 125, Yamaha Lexi Dan Yamaha Freego Semester I Pada Tahun 2019 (Dalam Unit)



Sumber : triatomoinfo

Tabel 1.3 diatas yang menunjukkan grafik penjualan Honda Vario 125 lebih tinggi posisinya dari Yamaha Lexi. Motor ini hanya bisa disaingi Yamaha Feego yang notabennya dibanderol lebih mahal dari harga Vario 125. Meski tenaga

dan torsi nya lebih kecil, namun Vario 125 memiliki desain yang lebih keren dan konsumsi bahan bakarnya lebih irit. Honda mengklaim Vario 125 hanya membutuhkan satu liter bensin untuk menempuh jarak hingga sejauh 51.7 km. Pilihan warna Honda Vario 125 berbeda sesuai dengan harganya, dimana untuk yang mahal mengusung tema warna doff/matte, sedangkan yang murah warna metalik, bisa dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.

Gambar 1.1

(A) Vario 125 Tema Warna Metallic (B) Warna Doff/Matte



Honda Vario 125 2021 merupakan motor matik dengan desain modern yang dilengkapi fitur-fitur modern yang cocok untuk jiwa muda maupun kalangan ibu-ibu rumah tangga. Lekukan pada bodi yang agresif dan memiliki bagasi luas guna meletakkan kebutuhan sehari-hari. Fitur di Honda Vario 125 sebenarnya sudah banyak. Untuk varian tertinggi, telah dilengkapi idling stop system (ISS) untuk menghemat konsumsi bahan bakar. Cara kerjanya dengan menonaktifkan mesin secara otomatis saat motor berhenti. Kemudian mesin aktif kembali saat selongsong gas diputar.

Tampilan baru ini juga dilengkapi dengan penyematan 3D emblem untuk tulisan Honda dan Vario, sehingga tak kalah dengan skutik premium yang kini segmentasinya tengah naik daun.

Adapun kelebihan-kelebihan Honda Vario 125 2021 diantanya :

1. Harga Vario 125 2021 dibanderol dengan harga terjangkau 20 Jutaan
2. Memiliki desain modern dengan lekukan bodi agresif yang terlihat lebih sporty dibandingkan Vario 110 ataupun motor matic lainnya
3. Bobotnya cukup ringan, sehingga lebih mudah bermanuver melewati padatnya perkotaan
4. Dilengkapi teknologi *Combi Break System* yang mengoptimalkan kontrol pengereman roda depan dan belakang
5. Tersedia teknologi *Indling Stop System* pada varian CBS-ISS yang berguna untuk mematikan mesin secara otomatis saat berhenti lebih dari 3 detik, seperti di lampu merah ataupun lainnya. Alhasil konsumsi bahan bakar semakin hemat dan bahan bakar tidak terbuang percuma
6. Menggunakan ban tubeless dengan desain velg yang keren
7. Memiliki bagasi luas yang bisa menyimpan satu helm full face
8. Lampu depannya sudah LED dan memiliki desain agresif serta modern

Walau begitu, bukan berarti Vario 125 tidak punya kekurangan yaitu hanya rem belakang masih tromol dan belum menggunakan ban tapak lebar. Disinilah Vario

125 lebih unggul dari Yamaha Ixi dan Freego dikelas 125cc. Segmen skutik memang paling asik di utak-atik, dikelas 125cc jagoan Honda yaitu Vario 125.

Penjualan sepeda motor di Indonesia ikut tergerus. Pandemi virus Corona (COVID-19) yang melanda Indonesia mempengaruhi penjualan sepeda motor di Tanah Air. Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mencatat penurunan penjualan motor yang cukup drastis. Penjualan motor semester I tahun 2020 ini terkoreksi 41,5% dibanding periode yang sama tahun 2019. Sepanjang Januari-Juni 2020, motor yang terjual di Indonesia hanya sebanyak 1.886.489 unit. Angka itu turun drastis daripada Januari-Juni 2019 yang mencapai 3.226.619 unit.

Melihat fenomena ini maka penulis tertarik untuk meneliti **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 2021”**.

1.2 Rumusan Masalah



Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana terdapat pengaruh kualitas Honda Vario 125 terhadap keputusan pembelian?
2. Bagaimana terdapat pengaruh harga Honda Vario 125 terhadap keputusan pembelian?
3. Bagaimana terdapat pengaruh promosi Honda Vario 125 terhadap keputusan pembelian?

4. Variabel bagaimanakah tiga tiganya berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk :

1. Menganalisis dan mendiskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125
4. Menganalisis tiga variabel yang bagaimana mempengaruhi keputusan pembelian Honda Vario 125 terhadap keputusan pembelian di kabupaten Demak



1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian bagi :

1. Perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi yang mendukung upaya perbaikan dan aktivitas usaha yang dijalankan perusahaan dan memberikan manfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produknya
2. Penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Honda Vario 125 Bagi Mahasiswa dan pembacanya,

penelitian ini menambah pengetahuan dan informasi yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori dan dapat dijadikan referensi apabila ingin mengadakan penelitian.

3. Pihak lain, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum semoga dapat memberikan pengetahuan lebih tentang perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun melalui beberapa bagian Bab, diantaranya yaitu Bab I Pendahuluan, Bab II Telaah Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Pembahasan, dan yang terakhir yaitu Bab V Kesimpulan. Penjelasan mengenai setiap babnya dipaparkan melalui uraian berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, latar belakang masalah merupakan landasan pemikiran secara garis besar, secara teori maupun fakta yang menimbulkan minat untuk melakukan penelitian. Rumusan masalah, rumusan masalah merupakan pernyataan tentang keadaan, fenomena atau konsep yang memerlukan jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Tujuan penelitian, tujuan penelitian merupakan suatu indikasi ke arah mana penelitian itu dilakukan serta informasi yang ingin dicapai dari penelitian. Kegunaan penelitian, kegunaan penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan, baik secara praktis maupun

teoritis. Sistematika penulisan, sistematika penulisan merupakan uraian singkat mengenai isi dari bab pendahuluan hingga bab penutup.

Bab II : Telaah Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, landasan teori merupakan uraian hasil tinjauan pustaka yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pelanggan dan informasi lain yang akan membentuk kerangka teori yang berguna untuk menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu, penelitian terdahulu merupakan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Kerangka pemikiran, kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Hipotesis, hipotesis merupakan jawaban sementara dari penelitian yang perlu dibuktikan.

Bab III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi uraian mengenai metode yang di gunakan untuk menjawab permasalahan. Variabel penelitian dan definisi operasiaonal, variabel penelitian dan definisi operasional merupakan deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian yang selanjutnya harus dapat didefinisikan secara lebih operasional. Populasi dan teknik pengambilan sampel, pada populasi dan teknik pengambilan sampel dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan populasi, jumlah sampel yang diambil, dan responden yang dimintai keterangan atau data. Jenis dan sumber data, jenis dan sumber data merupakan deskripsi tentang jenis data dari variabel-variabel dalam penelitian. Metode pengumpulan data, pada metode pengumpulan data dijelaskan

metode pengambilan data penelitian yang digunakan. Metode analisis, pada metode analisis dijelaskan tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV : Hasil dan Analisis

Pada bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian, disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Deskripsi objek penelitian, deskripsi objek penelitian merupakan pembahasan secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian. Analisis data, pada analisis data berisikan penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi. Pembahasan, pada pembahasan dilakukan interpretasi dari informasi analisis data yang diperoleh.

Bab V : Penutup

Bab ini membahas mengenai kesimpulan, pada kesimpulan disajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan. Saran, saran merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

