

BAB I

PENDAHULUAN

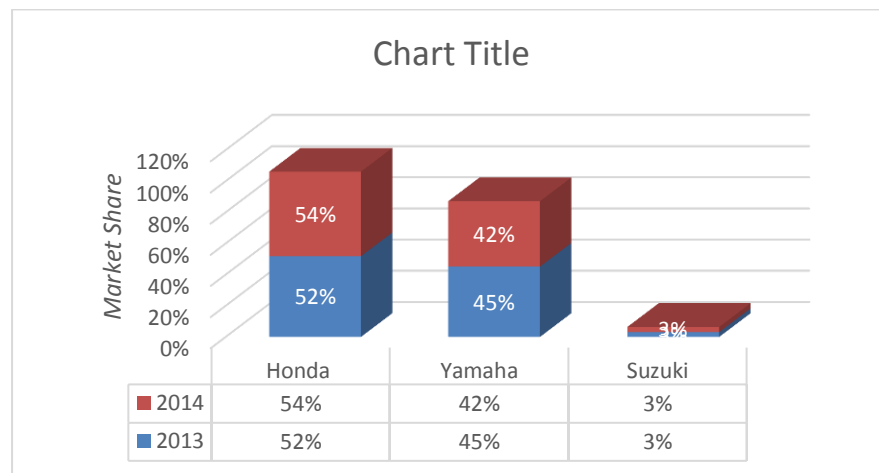
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan pertumbuhan industri otomotif saat ini berjalan begitu pesat, hal ini ditunjukkan dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat pada saat ini. Khususnya untuk industri sepeda motor sangatlah nampak perkembangannya, sepeda motor lahir dengan berbagai merek, model, tipe, warna dan spesifikasi lainnya. Semua ini sejalan dengan meningkatnya aktivitas penduduk di berbagai aspek, hal ini menunjukkan bahwa dalam industri sepeda motor mengalami persaingan yang sangat ketat, hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang memasuki sektor industri ini

Pada era persaingan yang begitu ketat saat ini, manusia dituntut untuk dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya, begitu pula dalam hal mobilitas dari satu tempat ketempat lain. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan alat transportasi yang akan digunakan. Dalam kondisi saat ini, dari semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien.

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua, untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan

permintaan akan produknya. Berdasarkan data *market share* roda dua di Indonesia, menunjukkan bahwa banyaknya pesaing yang mulai mencoba mendominasi penjualan roda dua di Indonesia. Berikut ini data *market share* skutik kompetitor honda yaitu yamaha dan suzuki berdasarkan data AISI tahun 2013 s/d 2014.



Sumber : AISI (Asosiasi Ikatan Sepeda Motor Indonesia) Tahun 2013/2014

Grafik 1.1

Grafik *Market Share* Sepeda Motor Matic di Indonesia

Berdasarkan dari data AISI yang diperoleh motor skutik masih dipegang oleh Honda dengan *market share* 52% pada tahun 2013 sedangkan pada bulan mei 54% meningkat 2% dari tahun sebelumnya. Ini membuktikan skutik honda berkembang setiap tahun dikarenakan adanya variasi-variasi sepeda motor matic yang produsen honda berikan pada konsumen. Untuk mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis. Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan, tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk yang ditawarkan. Selain itu, pekerjaan pemasaran bukan bagaimana menemukan

konsumen yang tepat untuk sebuah produk tapi bagaimana menemukan produk yang tepat untuk konsumen. Sehingga, sangat penting bagi produsen untuk terus berinovasi agar dapat mempertahankan dan menumbuhkan permintaan baru.

Penjualan Honda Spacy di Indonesia sedang menurun drastis ini dikarenakan adanya para kompetitor dari internal dan eksternal yang masing-masing kompetitor memperbaiki Honda Spacy yang mempunyai kelemahan dan memberikan kesempatan untuk para kompetitor untuk bersaing menyempurnakan kelemahan yang ada pada Honda Spacy karena pihak dari internal juga tidak ingin diambil alih *market share* oleh kompetitor lain maka dari itu Honda melakukan beberapa variasi dengan mengeluarkan motor matic diantaranya Vario dan Beat yang akan berdampak juga pada penjualan Honda Spacy selain itu para pesaing dari eksternal semakin melakukan inovasi pada setiap produk yang membuat persaingan motor matic di Indonesia semakin ketat. Tabel 1.1 menunjukkan penjualan Honda Spacy yang kalah bersaing dengan kompetitornya.

Tabel 1.1
Data Penjualan Dan Harga Sepeda Motor Matic Pada
Tahun 2013-2014 Di Indonesia

No	Tipe Motor	2013	2014	Harga
1	Honda Beat FI	420.526 Unit	453.822 unit	Rp 14.300.000
2	Honda Vario Techno 125	263,189 Unit	276.482 unit	Rp 16.800.000
3	Yamaha Mio J	121.026 Unit	122.476 unit	Rp 13.350.000
4	Yamaha Soul GT	100.241 Unit	108.731 unit	Rp 14.750.000
5	Honda Vario FI	76.249 Unit	70.643 unit	Rp 16.100.000
6	Yamaha Mio GT	57.362 Unit	64.780 unit	Rp 13.650.000
7	Honda Scoopy FI	42.641 Unit	41.501 unit	Rp 15.200.000
8	Yamaha Xeon	33.273 Unit	34.598 unit	Rp 15.500.000
9	Honda Spacy	25.473 Unit	27.680 unit	Rp 13.650.000
10	Suzuki Nex	10.136 Unit	17.312 unit	Rp 13.290.000

Sumber : Otomotifnet & AISI (Asosiasi Ikatan Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan rendahnya penjualan Honda Spacy bahkan dari matic pabrikan Honda sendiri Honda Spacy menjadi penjualan terendah dibandingkan dengan matic Honda lainnya bahkan pesaing utama yaitu Yamaha berada diatas Honda Spacy hanya diatas Suzuki Nex Honda Spacy unggul. Dengan peringkat penjualan yang lebih rendah dibanding dengan para pesaingnya di segmen motor matic, hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada Honda Spacy semakin menurun disebabkan masih adanya ketidaksesuaian harga dengan kualitas produk sepeda motor matic honda spacy ini dibuktikan dengan Tabel 1.1 dimana harga pesaing yaitu Yamaha Mio J lebih hemat dibandingkan Honda Spacy ini menunjukkan kualitas dari Honda Spacy tidak efektif dan efisien bagi konsumen sehingga Honda Spacy kurangnya diminati oleh konsumen.

Peringkat penjualan terendah kedua pada data penjualan mengindikasikan rendahnya pangsa pasar Honda Spacy dalam ruang lingkup yang lebih khusus yakni tepatnya di wilayah Sumedang. Peneliti memilih populasi di PD. Mawar Putra Motor sumedang dikarenakan karena sebagian besar masyarakat Kota Sumedang memiliki sepeda motor berbagai merek, salah satunya Honda spacy. Sedangkan obyek yang dipilih adalah responden yang menggunakan sepeda motor Honda Spacy. Dengan mengambil obyek responden yang menggunakan sepeda motor Honda Spacy di PD. Mawar Putra Motor sumedang karena keputusan pembelian pada PD. Mawar Putra Motor Sumedang sedang mengalami penurunan pada Honda Spacy, ini ditunjukkan pada Tabel 1.2 melakukan Survey pra penelitian ini pada 30 responden.

Tabel 1.2

Data Penelitian Pra Survey Tingkat Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Spacy di PD. Mawar Putra Motor Sumedang Tahun 2015

Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
Keyakinan konsumen terhadap kualitas sepeda motor Honda Spacy dibandingkan lainnya	2	5	4	16	3
Sepeda motor matic Honda Spacy sesuai dengan kebutuhan dibandingkan sepeda motor matic merek lainnya	2	4	3	12	9
Sepeda motor matic Honda Spacy menjadi pilihan alternatif utama anda dalam membeli motor matic	6	4	3	7	10

Sumber : Survey Pra Penelitian Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 1.2, kebanyakan responden menyatakan tidak setuju ini disebabkan adanya kurangnya kebutuhan dan keyakinan responden terhadap sepeda motor matic Honda Spacy pada PD. Mawar Putra Motor sumedang ini mengindikasikan pada rendahnya keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini terbukti dengan hanya 11 responden setuju dari 30 menjadi pilihan utama mereka ketika membeli sepeda motor matic Honda Spacy. Kebutuhan dan keyakinan seorang konsumen terhadap suatu produk merupakan langkah awal dalam menentukan perilaku konsumen tersebut kedepannya. Semakin tinggi kebutuhan dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk maka semakin dekat pula konsumen tersebut ke arah perilaku pembelian. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang sangat penting diperhatikan karena hal ini menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan perusahaan berikutnya.

Tabel 1.3
Data Pra Penelitian Terkait Sepeda Motor Honda matic
Yang Dibeli Dalam Kurun 4 minggu Terakhir Tahun 2015

Tipe Motor	PD. Mawar Putra Motor		PD. Cemara Agung Motor		CV. Sumber Rejeki Motor Tanjungsari	
	Responden	Persentase	Responden	Persentase	Responden	Persentase
Beat FI	8	27%	7	23%	9	30%
Vario Techno 125	6	20%	5	17%	5	17%
Vario FI	6	20%	6	20%	5	17%
Scoopy FI	8	27%	9	30%	7	23%
Spacy	2	6%	3	10%	4	13%

Sumber : Survey Pra Penelitian Tahun 2015

Hasil pra survey Tabel 1.3 di atas, peneliti melakukan pertanyaan terbuka yang diajukan kepada 30 responden. Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa sepeda motor matic Honda Spacy sebagai pilihan yang paling kurang diminati oleh responden di PD. Mawar Putra Motor sumedang sama halnya dengan beberapa dealer menyatakan hal yang sama sepeda motor matic Honda Spacy kurang juga diminati dalam 4 minggu terakhir yang berdampak pada penjualan sepeda motor matic Honda Spacy sehingga terjadinya pembelian terhadap *brand* Honda Spacy.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi kali ini peneliti melakukan survey pendahuluan yang tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor matic Honda Spacy dan juga untuk mengetahui penyebab kurangnya diminati Honda Spacy di PD. Mawar Putra Motor sumedang bisa dilihat dari Tabel 1.4 yang menunjukkan ada beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya pada keputusan pembelian.

Tabel 1.4

Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Terkait Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Spacy di PD. Mawar Putra Motor Sumedang Tahun 2015

Bauran Pemasaran	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Total
Saya Akan Memutuskan Membeli Sepeda Motor Honda Spacy Karena :							
Product	1. Produk Honda Spacy memiliki beragam varian	15	5	4	6	-	30
	2. Kualitas produk Honda Spacy baik	2	5	5	10	8	30
Price	1. Harga sesuai dengan fitur yang diberikan kepada konsumen	4	6	8	12	-	30
	2. Harga relatif lebih murah dibanding pesaing yang sejenis	6	6	7	11	-	30
Promotion	1. Iklan yang dilakukan di media cetak dan visual menarik perhatian	8	12	2	8	-	30
	2. Sering melakukan event untuk menarik dalam promosi	8	9	4	4	5	30
Place	1. Produk Honda Spacy Ready stock di berbagai dealer Honda	4	4	12	6	4	30
	2. Produk Honda Spacy mudah di dapat setiap dealer Honda	14	8	4	2	2	30

Sumber : Survey Pra Penelitian Tahun 2015

Hasil pra penelitian Tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Spacy di PD Mawar Putra Motor Sumedang adalah kualitas produk dan Harga. Responden berpendapat dikarenakan bentuk body yang lebih besar dan lebar yang dimiliki Honda Spacy akan berdampak pada kurang baiknya ketika melakukan manuver dan juga kesan yang dilihat oleh konsumen kurang menarik karena *body* terlihat besar dibandingkan dengan motor matic yang lain sedangkan pada ketahanan tidak begitu baik disebabkan *Ground Clearance* (jarak terendah ke tanah) yang mengakibatkan sering terkenanya *body* motor terkena aspal saat keadaan jalan yang

kurang maksimal. Selain faktor kualitas produk, faktor harga juga menjadi perhatian responden hal ini dikarenakan adanya para kompetitor yang menetapkan harganya berada di bawah harga Honda Spacy dengan fitur dan kualitas yang lebih baik sehingga konsumen lebih memilih yang memiliki harga di bawah Honda Spacy dengan kualitas yang lebih baik yang diberikan oleh para pesaing sehingga pembelian Honda Spacy mengalami penurunan.

Seharusnya untuk tetap *survive* ditengah persaingan pasar yang *hypercompetition* seperti ini, perusahaan diharapkan bisa menghasilkan produk yang memiliki daya tarik atau ciri khas tersendiri serta memiliki posisi merek yang kuat dipasar. Terutama pada faktor kualitas produk jika perusahaan ingin berkembang, apa lagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan. Produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, memiliki karakteristik yang berbeda, serta memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas suatu produk menjadi awal untuk menciptakan keputusan pembelian seseorang (Durianto 2011:26). 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. Skutermatik yang beredar di pasaran sepiantas terlihat mirip antara satu dengan yang lain, namun jika diperhatikan secara lebih mendetail maka akan ditemukan

perbedaan-perbedaan yang cukup berarti dan hal ini menunjukkan bahwa masing-masing produsen sepeda motor memiliki pandangan tersendiri mengenai kualitas dan fitur tertentu yang diprediksikan mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Tak kalah pentingnya dengan kualitas produk, harga juga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut. harga menjadi salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan suatu produk (Ferdinand, 2006).

Maka dari itu didalam memperoleh dan mempertahankan konsumen perusahaan tidak memiliki pilihan lain selain memperbaiki dan mempertahankan kualitas, menetapkan harga yang sesuai, serta menjaga citra yang dimiliki agar tetap memiliki *image* yang baik dimata konsumen jika tidak ingin konsumen kecewa, berkurang atau bahkan beralih ke produk lain. Apabila konsumen berkurang hal tersebut dapat berpengaruh terhadap penurunan penjualan yang berarti keputusan pembelian juga menurun. Karena Suatu perusahaan yang mengetahui hal tersebut, tentu tidak hanya menjual produk itu sendiri, tetapi juga manfaat dari produk tersebut dimana pada akhirnya hal tersebut membantu

perusahaan untuk meningkatkan penjualan karena akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Produsen sepeda motor tentunya tidak hanya berfokus terhadap kualitas akan produk yang dihasilkan sehubungan dengan usaha yang dilakukan untuk menguasai pasar, namun juga tentunya memperhitungkan mengenai faktor harga yang akan ditetapkan apakah harga yang ditetapkan bersaing serta membuat konsumen merasa harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang didapat. harga menjadi suatu variabel terpenting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli produk.

Perusahaan yang dijadikan tempat penelitian skripsi ini, keputusan pembelian diindikasikan menurun karena kurangnya harga dan kualitas produk. Maka dari itu untuk mengetahui dengan jelas sejauh mana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Untuk mengetahui dengan jelas sejauh mana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian , maka penulis melakukan penelitian yang berhubungan dengan hal tersebut di PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Spacy Pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan dalam proposal penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Data penjualan menurut sumber AISI pada tahun 2013/2014 sepeda motor Honda Spacy berada di terendah kedua dan kalah bersaing dengan pesaing utama
2. Keputusan pembelian akan sepeda motor Honda Spacy yang rendah dalam ruang lingkup yang lebih khusus yakni di PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang
3. Hasil penelitian pendahuluan kualitas produk sepeda motor Honda Spacy yang kurang baik di mata responden
4. Hasil penelitian pendahuluan harga sepeda motor Honda Spacy terlalu tinggi dibandingkan dengan para pesaing
5. Terjadi persaingan yang sangat *hypercompetition* di kategori sepeda motor matic
6. Kurangnya keyakinan responden terhadap sepeda motor Honda Spacy setelah dilakukan penelitian terdahulu
7. Kurangnya kebutuhan responden terhadap sepeda motor Honda Spacy setelah dilakukan penelitian terdahulu
8. Honda sepeda motor Spacy kurang menjadi pilihan utama responden ketika membeli motor matic setelah dilakukan penelitian terdahulu

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi yang telah diajukan maka permasalahan sebenarnya yang ingin diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga pada produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian pada produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor Honda Spacy pada PD. MAWAR PUTRA MOTOR Sumedang.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kegunaan, adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan dari segi ilmu pemasaran yang penulis pelajari, khususnya mengenai variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat menambah wawasan para pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai bahan bacaan yang kiranya dapat bermanfaat untuk menambah wawasan berfikir serta sebagai tambahan pengetahuan dan acuan bagi penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk mengetahui pentingnya kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.