

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini semakin canggih dan pesat. Keadaan ini telah mengakibatkan persaingan diantara berbagai perusahaan menjadi semakin ketat. Berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan dan menjaga eksistensinya dalam dunia usaha, yakni dengan selalu menarik pikiran dan hati konsumen agar menjadi pelanggan.

Perkembangan zaman yang semakin maju seperti sekarang ini membuat banyak sekali perubahan yang terjadi secara signifikan dari tahun sebelum dan terjadi pada masa sekarang sebagai akibat semakin majunya ilmu teknologi yang diterapkan oleh suatu bangsa. Indonesia sebagai negara yang mempunyai populasi penduduk terbesar no. 4 (empat) di dunia dengan total penduduk 241.452.952 jiwa, menjadikan negara ini harus memiliki penerapan ilmu teknologi yang sangat maju sebagai alat untuk mempermudah arus komunikasi dan transportasi antar penduduk sehingga dapat tercipta kemajuan dan perkembangan antar daerah secara merata.

Zaman modern seperti sekarang ini, sarana transportasi telah menjadi bagian yang penting dari kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan transportasi merupakan sarana utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk bergerak dan berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan cepat. Seiring cepatnya perkembangan teknologi dan pembangunan yang ada di segala bidang saat ini,

perkembangan sarana transportasi pun mengalami percepatan yang sama. Mulai dari sarana transportasi yang sangat sederhana sebelum tahun 1990 sampai sarana transportasi yang mewah yang banyak dijumpai di abad 21 ini. Dalam perkembangannya, sektor transportasi di Indonesia mengalami perkembangan yang semakin pesat yang dapat dilihat dari banyaknya kendaraan bermotor yang ada. Berikut data dari Badan Pusat Statistik:

Tabel 1.1
Jumlah Kendaraan bermotor di Indonesia

| No | Jenis | Jumlah |
|----|-----------------|------------|
| 1 | Mobil Penumpang | 11.484.514 |
| 2 | Bus | 2.286.309 |
| 3 | Truk | 5.615.494 |
| 4 | Sepeda Motor | 84.732.652 |

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Sepeda motor masih menjadi andalan utama dan paling terjangkau bagi mayoritas masyarakat Indonesia, kendaraan roda dua tersebut dipilih sebagai alat transportasi. Sifatnya yang praktis dan efisien, membuat sepeda motor menjadi favorit. Penggunaan sepeda motor untuk kebutuhan mobilitas harian sangatlah efektif dibandingkan penggunaan kendaraan lainnya. Sehingga hal ini lah yang mendorong banyaknya pengguna sepeda motor di Indonesia.

Masyarakat membeli motor untuk menikmati dua fungsi, yaitu: sebagai sarana untuk mengantarkan penumpang dari satu tempat ke tempat yang lain dan mengangkut barang-barang dalam aktivitas kerja sehari-hari, sedangkan fungsi lainnya adalah untuk mendapatkan suatu *prestise* yang akan memberikan kepuasan tersendiri bagi seseorang. Situasi pasar saat ini semakin kompetitif dengan persaingan yang semakin meningkat pula diantara para

produsen. Semakin ketatnya persaingan tersebut maka akan semakin mengarahkan perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut *market share* dengan berbagai strategi pemasaran masing-masing produsen dalam menjangkau konsumen maka perilaku mereka menjadi salah satu faktor yang harus dipahami oleh pemasar sebelum mereka memasarkan suatu produk. Pengetahuan dasar yang baik tentang konsumen dapat membantu pemasar untuk mengidentifikasi setiap peluang yang ada dalam pasar dan memberi masukan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan dan keputusan bisnis terutama dalam kegiatan pemasaran. Pada saat ini sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang paling banyak digunakan sebagian besar orang. Ada yang menggunakannya untuk kepentingan pribadi dan ada juga yang menggunakannya untuk kepentingan banyak orang, misalnya motor operasional suatu perusahaan atau kantor.

Perusahaan industri sepeda motor di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat ditambah dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih menuntut setiap perusahaan untuk terus berinovasi dalam pembuatan produk sepeda motor agar dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan. Demi memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam maka setiap perusahaan harus mampu menciptakan sesuatu yang berbeda agar perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), untuk mencapai hal itu pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar. Karena pelanggan merupakan ujung tombak keberhasilan.

Yamaha adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang sektor produksi otomotif yang memproduksi kendaraan roda dua (Sepeda Motor)

Yamaha juga tidak terlepas akan persaingan yang semakin tajam karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produksi yang sejenis. Oleh karena itu dalam melaksanakan aktivitas penjualannya perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menciptakan dan meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) adalah salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dalam industri bisnis sepeda motor di Indonesia dengan produknya yang sudah dikenal luas di Indonesia. Dari tahun ketahun, Honda yang sekaligus pesaing terberat adalah *marketleader* sepeda motor di Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari data penjualan sepeda motor di Indonesia sebagai berikut;

Tabel 1.2
Data Penjualan Sepeda Motor Indonesia 2013-2017
(dalam unit)

| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | Unit | Unit | Unit | Unit | Unit |
| 1 | Honda | 4.092.693 | 4.700.871 | 5.055.510 | 4.453.888 | 4.380.888 |
| 2 | Yamaha | 2.433.354 | 2.495.796 | 2.390.902 | 1.798.630 | 1.394.078 |
| 3 | Suzuki | 465.630 | 400.675 | 275.184 | 109.882 | 56.824 |
| 4 | Kawasaki | 131.657 | 153.807 | 165.231 | 115.008 | 97.622 |
| 5 | TVS | 18.252 | 19.865 | 22.114 | 2.747 | 1.837 |
| | Total | 7.141.586 | 7.771.014 | 7.908.941 | 6.480.155 | 5.931.249 |

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut menunjukkan bahwa setiap tahunnya Honda memang selalu merajai penjualan sepeda motor di Indonesia mengalahkan Yamaha serta pesaing lainnya seperti Suzuki dan Kawasaki. Dari tabel tersebut

juga dapat disimpulkan bahwa volume penjualan mengalami peningkatan. Secara tidak langsung berdampak pada timbulnya peningkatan permintaan akan produk sepeda motor di Indonesia. Perusahaan yang tidak mampu mengeluarkan produk barunya akan menghadapi resiko yang sangat berat sebab perusahaan akan mengalami kegagalan jika perusahaan tersebut tidak mampu mempertahankan konsumen dan tidak mampu bersaing dengan para pesaingnya.

Sepeda motor paling digemari masyarakat Indonesia saat ini adalah skutik. Pengoperasian yang simple, fungsionalitas yang tinggi serta kenyamanan saat digunakan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Sepeda motor matik adalah motor jenis automatic transmission dengan fitur baru dan 4 tak dikombinasi untuk memberikan akselerasi yang halus tanpa melakukan perpindahan tuas porsteling.

Sepeda motor matik semakin banyak digunakan oleh masyarakat, dikarenakan sepeda motor ini menonjolkan sisi yang praktis dan sederhana bagi penggunaannya. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Penjualan berdasarkan tipe motor tahun 2017

| Tipe | Penjualan (Unit) |
|-------------|-------------------------|
| Bebek | 599.542 |
| Matik | 4.688.004 |
| Sport | 643.739 |

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa Sepeda motor paling digemari masyarakat Indonesia saat ini adalah skutik dengan total penjualan 4.688.004 unit, sementara tipe Bebek sebanyak 599.542 unit, dan sport 643.739 unit. Berikut

merupakan data penjualan sepeda motor matik di Indonesia berdasarkan data yang dirilis Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) sepanjang tahun 2017;

Tabel 1.4
Penjualan Sepeda Motor jenis Matik di Indonesia tahun 2017

| No | Merek | Penjualan (Unit) |
|----|--------|------------------|
| 1 | Honda | 3.661.284 |
| 2 | Yamaha | 1.348.252 |
| 3 | Suzuki | 15.070 |

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan tabel 1.4 penjualan sepeda motor matik dikuasai oleh produsen Honda, dengan penjualan sebesar 3.661.284 unit, yamaha 1.348.252, dan suzuki 15.070 unit.

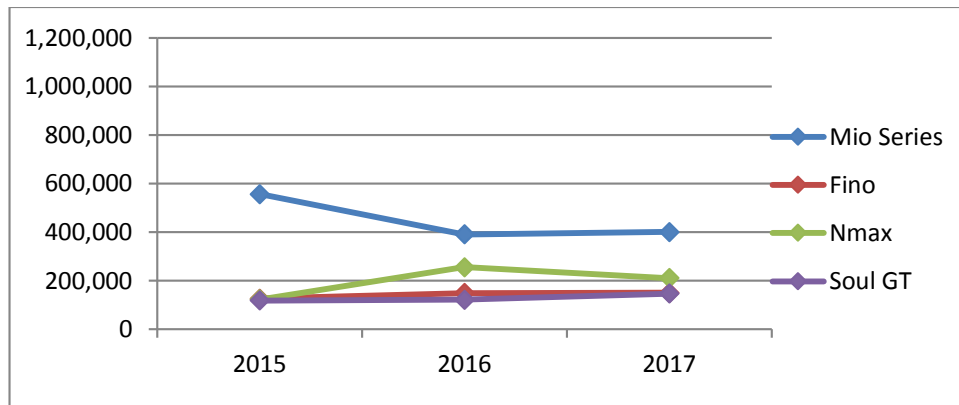
Tabel 1.5
Pengguna sepeda motor matik di Kota Bandung

| Merek | Jumlah |
|--------|--------|
| Honda | 18.733 |
| Yamaha | 13.113 |
| Suzuki | 5.620 |

Sumber : BPS Kota Bandung

Berdasarkan table 1.5 dari data pengguna sepeda motor matic yang berada di kota Bandung masih di kuasai oleh parikan motor Honda dengan jumlah yang paling besar yaitu 18.733 pengguna, sedangkan untuk sepeda motor Yamaha jenis matic mempunyai jumlah pengguna dengan jumlah 13.113 dan Suzuki memiliki jumlah pengguna yang paling sedikit di bandingkan Honda dan Yamaha yaitu sebesar 5.620 pengguna.

Berikut data penjualan Matik Yamaha tahun 2015-2017;



Gambar 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor Matik Yamaha tahun 2012-2017
Sumber :AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

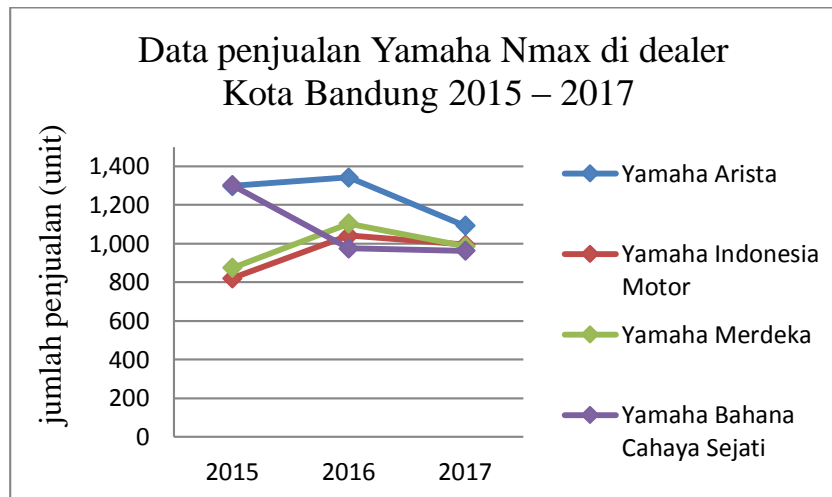
Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan penjualan Sepeda Motor Matik Yamaha seperti Mio, Fino, Nmax dan Soul GT dalam waktu lima tahun terakhir, Yamaha Fino dari pertama kali di rilis terus mengalami kenaikan, begitu juga dengan Nmax di rilis tahun 2015 dengan penjualan sebanyak 122.316 unit dan mengalami kenaikan ditahun 2016 sebanyak 254.826 Unit dan mengalami penurunan di tahun 2017. New Soul GT yang di rilis 2015 dengan penjualan sebanyak 130.045 Unit, namun menurun ditahun berikutnya menjadi 118.128 Unit. Dan Yamaha Mio Series dalam kurun waktu lima tahun mengalami fluktuatif. pada tahun 2015 sebesar 402.779 Unit, pada tahun berikutnya tahun 2014 mengalami kenaikan yang sangat signifikan yaitu sebesar 1.139.217, namun pada tahun 2015 mengalami penurunan yakni sebesar 390.154 Unit. Namun, di tahun 2017 yamaha Nmax yang merupakan produk andalan Yamaha mengalami penurunan jumlah penjualan dikarenakan pesaing yang mulai mengembangkan produk yang sama dengan Yamaha Nmax.

Table 1.6
Data Penjualan Sepeda Motor Yamaha Nmax di Dealer Kota Bandung

| Tahun | Yamaha Arista | Yamaha Indonesia Motor | Yamaha Merdeka | Yamaha Bahana Cahaya |
|--------------|----------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| 2015 | 1,298 | 821 | 979 | 1,302 |
| 2016 | 1,342 | 1,042 | 1,103 | 976 |
| 2017 | 1,092 | 995 | 987 | 963 |
| Persentase | 19% | 5% | 11% | 1% |

Sumber : di olah peneliti

Berdasarkan table 1.7 penjualan sepeda motor Yamaha Nmax di masing-masing dealer di kota Bandung penjualan sepeda motor Nmax tertinggi berada pada dealer Yamaha Bahana Cahaya Sejati. Namun, di Yamaha Bahana Sejati juga mengalami penurunan penjualan pada tahun 2017. Yamaha Aris memiliki penjualan motor Nmax sebesar 1,298 pada tahun 2015 sedangkan pada tahun 2017 mengalami penjualan sebesar 1,342 dan mengalami penurunan pada tahun 2017. Yamaha Indonesia Motor memiliki penjualan sebesar 821 dan mengalami kenaikan pada tahun 2016 serta mengalami penurunan pada tahun 2017. Yamaha Merdeka juga memiliki tingkat penjualan 979 pada tahun 2015 dan mengalami peningkatan di tahun 2016 serta mengalami jumlah penurunan penjualan pada tahun 2017. Yamaha Bahana Cahaya Sejati juga mengalami penurunan pada tahun 2017 dan memiliki penjualan yang paling kecil di bandingkan dealer Yamaha lainnya di Kota Bandung. Berikut ini adalah gambar dari perbandingan tingkat penjualan Yamaha Nmax di dealer Yamaha Arista, Yamaha Indonesia Motor, Yamaha Merdeka dan Yamaha Bahana Cahaya Sejati yang berada di Kota Bandung.



Gambar 1.2
Data Penjualan Yamaha Nmax tahun 2015-2017 di Dealer kota Bandung
 Sumber :Oleh peneliti

Berdasarkan gambar 1.2 jumlah penjualan motor Yamaha Nmax cenderung naik. Namun, Yamaha Motor Indonesia mengalami penurunan jumlah penjualan pada periode awal 2018 tetapi penurunannya tidak signifikan. Sedangkan di Yamaha Bahana Cahaya Sejati penurunan penjualan Yamaha Nmax pada periode awal 2018 terlihat signifikan.

Secara umum pengambilan keputusan merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang sudah ada. Menurut Kotler dan Keller (2016:192) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan pembelian yang menyebabkan konsumen membentuk pilihan yang tergabung dalam satu perangkat terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian. Tidak menutup kemungkinan, konsumen juga akan membentuk suatu maksud dalam melakukan pembelian dan melakukan keputusan pembelian pada merek atau produk yang disukai.

Penulis melakukan Survey pendahuluan pada tanggal 9-14 April 2018 yang tujuannya untuk mengetahui penyebab rendahnya tingkat keputusan pembelian dengan membagikan kuisisioner kepada 30 responden yaitu konsumen Yamaha Nmax di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung, dapat dilihat pada tabel 1.7 sebagai berikut :

Tabel 1.7
Hasil Kuesioner Pra Penelitian Pendahuluan Terkait Konsumen Yamaha Nmax di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung

| Dimensi | Pernyataan | SS (5) | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) | Total | Rata - rata | Kategori |
|---------------------|---|-----------|----------|-----------|-----------|------------|-------|-------------|---------------|
| Keputusan Pembelian | Saya membeli karena produk yang ditawarkan Yamaha Nmax mempunyai kualitas produk yang sangat baik | 1 | 5 | 11 | 13 | - | 30 | 3,1 | Kurang Setuju |
| | Saya melakukan pembelian di Yamaha Nmax karena harga yang terjangkau | 2 | 7 | 10 | 11 | - | 30 | 3,0 | Kurang Setuju |
| Kepuasan | Saya merasa puas dengan pelayanan dari PT bahana | 5 | 7 | 12 | 6 | - | 30 | 3,4 | Setuju |
| | Saya merasa puas dengan kemudahan dalam memesan di PT.Yamaha Bahana | 4 | 6 | 15 | 5 | - | 30 | 3,3 | Setuju |
| Kepercayaan | Saya percaya bahwa produk Yamaha Nmax | 1 | 12 | 13 | 4 | - | 30 | 3,3 | Setuju |

Lanjutan Tabel 1.7

| | | | | | | | | | |
|--|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | memiliki reputasi yang sangat baik | | | | | | | | |
|--|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|

Sumber : Diolah Peneliti

Berdasarkan hasil pra penelitian pendahuluan pada Tabel 1.7 menunjukkan bahwa yang diberi tanda kuning adalah hasil survei yang menjadi masalah. Hasil pra penelitian pendahuluan menunjukkan responden banyak yang menyatakan KS (Kurang Setuju) berkaitan dengan keputusan pembelian. Yang menyatakan bahwa terjadi masalah terhadap keputusan pembelian dimana konsumen merasakan kurang tepat ketika melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk yang ditawarkan. Bagaimana konsumen memutuskan alternatif pilihan yang akan dipilih, serta meliputi keputusan mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya.

Secara umum keputusan pembelian adalah suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan keputusan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Swastha dan Handoko (2013:102), salah satu dari tujuh komponen yang ada adalah keputusan pembelian tentang jenis produk. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anindhtya

Budiarti (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.8
Hasil Pra Penelitian Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-Faktor Yang Diduga Mempengaruhi Rendahnya Keputusan Pembelian di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati

| Dimensi | Pernyataan | SS (5) | S (4) | KS (3) | TS (2) | STS (1) | Total | Rata-rata | Kategori |
|---------|---|-----------|----------|-----------|-----------|------------|-------|-----------|---------------|
| Produk | Mengenal Yamaha Nmax dengan sangat baik | - | 5 | 11 | 14 | - | 30 | 2,7 | Kurang Setuju |
| | Kualitas produk yang ditawarkan Yamaha Nmax sudah sangat baik | - | 5 | 14 | 11 | - | 30 | 2,8 | Kurang Setuju |
| Harga | Harga yang ditawarkan Yamaha Nmax sudah terjangkau | - | 8 | 12 | 10 | - | 30 | 2,9 | Kurang Setuju |
| | Harga yang ditawarkan lebih murah dibanding pesaing | - | 6 | 11 | 13 | - | 30 | 2,8 | Kurang Setuju |
| Tempat | Lokasi PT.Bahana mudah dijangkau oleh konsumen | 5 | 10 | 15 | - | - | 30 | 3,6 | Setuju |
| | PT.Bahana sudah nyaman | - | 11 | 15 | 4 | - | 30 | 3,2 | Setuju |
| Promosi | Promosi yang dilakukan oleh PT.Bahana | - | 11 | 13 | 6 | - | 30 | 3,2 | Setuju |

Lanjutan Tabel 1.8

| | | | | | | | | | |
|-------------|--|---|---|----|---|---|----|-----|--------|
| Proses | Kemudahan dalam memesan di PT.Bahana | 3 | 9 | 13 | 5 | - | 30 | 3,3 | Setuju |
| Orang | Karyawan melakukan pelayan yang baik terhadap konsumen | 6 | 9 | 9 | 6 | - | 30 | 3,5 | Setuju |
| Bukti Fisik | Fasilitas di PT.Bahana sudah baik | 4 | 9 | 10 | 7 | - | 30 | 3,3 | Setuju |

Sumber : Diolah Peneliti

Dilihat dari Tabel 1.8, maka dapat terlihat bahwa ada masalah dalam produk Yamaha Nmax. Hasil pra penelitian pendahuluan menunjukkan responden banyak yang menyatakan KS (Kurang Setuju) berkaitan dengan kualitas produk, dimana masih banyak konsumen yang mengeluhkan kualitas produk dari Yamaha Nmax dan mengenal baik Yamaha Nmax. Selain produk, responden menyatakan KS (Kurang Setuju) berkaitan dengan harga. Hasil pra penelitian pendahuluan menunjukkan responden banyak yang menyatakan KS (Kurang Setuju) berkaitan dengan harga yang ditawarkan produk Yamaha Nmax sudah terjangkau dan harga yang ditawarkan produk Yamaha Nmax lebih murah dibandingkan pesaing dimana banyak produk yang lebih murah dibandingkan dengan produk Yamaha Nmax.

Penelitian yang dilakukan oleh Habibah, (2016) dalam jurnalnya bahwa pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Penelitian ini bertujuan untuk

mengkaji, menganalisa, dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial, serta mengetahui variabel independen (kualitas produk dan harga) manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Kajian empiris yang melandasi pengujian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian yakni penelitian yang dilakukan oleh Tina Martini, (2015) yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, penelitian yang dilakukan oleh Iful Anwar, (2015) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marrini dan Iful terdapat perbedaan hasil temuan, dimana perbedaan tersebut dapat dijadikan referensi bahan penelitian.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Raihana, (2014) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mariana, (2015), menyatakan bahwa kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan dari

Raihana dan Mariana juga terdapat perbedaan hasil temuan, perbedaan hasil temuan tersebut dapat dijadikan acuan untuk bahan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax pada Konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung**”

1.2 Identikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dimulai dari bagaimana masalah yang yang dibuat karena identifikasi masalah dan rumusan masalah merupakan langkah awal peneliti dalam melakukan penelitian. Jika identifikasi dan rumusan masalah sudah dilakukan maka tujuan, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan metode penelitian dapat dilakukan.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Untuk memenuhi keinginan konsumen akan kualitas yang baik maka perusahaan harus melakukan pengendalian kualitas atas produk yang dihasilkan, tentu saja hal ini akan menimbulkan harga bagi perusahaan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Terdapat jumlah penjualan yang rendah di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati dibandingkan dealer lainnya.
2. Pada Tahun 2017 Jumlah Penjualan Yamaha Nmax mengalami penurunan.
3. Dari hasil pra penelitian pendahuluan kualitas produk yang ditawarkan Yamaha Nmax masih kurang baik di mata konsumen.

4. Dari hasil pra penelitian pendahuluan harga produk masih terlalu mahal di mata konsumen.
5. Dari hasil pra penelitian pendahuluan terdapat keputusan pembelian yang masih rendah terhadap PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung.
6. Kalah bersaing dengan kompetitor sejenis.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang pemikiran diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Yamaha Nmax
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga produk Yamaha Nmax
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen Yamaha Nmax yang ada di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas produk Yamaha Nmax.
2. Harga pembelian Yamaha Nmax.
3. Keputusan pembelian Yamha Nmax di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati.

4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax pada konsumen PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati secara simultan dan parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Praktisi

- a. Sebagai masukan untuk perusahaan agar meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan pemasaran melalui periklanan sehingga dapat mempertahankan konsistensinya diantara produk saingan.
- b. Menganalisa pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan dan referensi mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sebagai salah satu karya ilmiah guna memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Strata Satu (S-1) bagi peneliti.