

BAB I

PENDAHULUAN

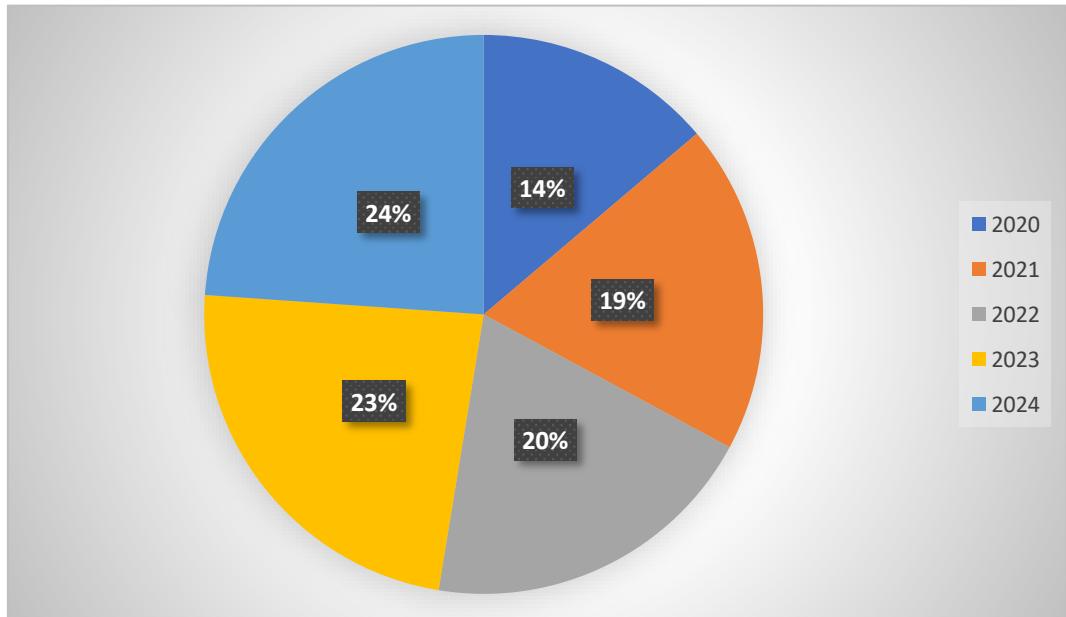
A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalananya waktu, Industri otomotif di Indonesia, terutama di sektor sepeda motor, sudah berkembang dengan cepat dalam beberapa tahun terakhir. dengan meningkatnya permintaan kendaraan bermotor, persaingan antar produsen semakin sengit. Yamaha, sebagai salah satu pelaku usaha dalam perusahaan ini, terus berupaya untuk menjaga posisinya dengan menyediakan produk-produk berkualitas tinggi. Namun, perusahaan juga dihadapkan pada tantangan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.. bahwa dalam meningkatkan daya saing produk, suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan cara memperlihatkan produk terbaik yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Semakin tinggi persaingan yang terjadi, maka akan ada banyak pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kotler (2002),

Minat beli konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Preferensi pembelian adalah perilaku konsumen yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Perkembangan ekonomi khususnya di Indonesia ikut berperan terhadap maraknya industri otomotif khususnya pada sepeda motor. Selama beberapa tahun yang lalu penjualan sepeda motor terus bertumbuh dengan pesat, hal ini luar biasa sebab dikala sektor lainnya sedang membenahi perusahaan, perusahaan motor ini terus berkembang pesat seiring perkembangan zaman.

Tabel 1.1
Penjualan Motor Yamaha di Indonesia



Sumber: AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Dilihat dari table 1.1 merupakan diagram yang menjelaskan penjualan kendaraan bermotor dari tahun 2020-2024, pada tahun 2020 menjelaskan bahwa penjualan kendaraan roda dua atau motor di tahun ini memiliki nilai paling kecil disbanding dengan tahun-tahun lainnya, menunjukan di tahun ini mengalami kondisi lemah, dimana adanya dampak dari pandemi COVID-19 yang masih besar dengan nilai 14%. Di tahun 2021 terjadi peningkatan yang signifikan dari tahun sebelumnya yaitu 19% dengan nilai tambah 5%, menandakan bahwa di tahun ini adanya pemulihan pembelian produk dengan melewati masa sulit di tahun 2020. Pada tahun 2022 adanya peningkatan 1% dengan jumlah 20%, menunjukan penjualan produk motor positif tetapi tidak seperti tahun sebelumnya dimana ada peningkatan secara signifikan. Pada tahun 2023 pertumbuhan penjualan motor meningkat secara signifikan disbanding tahun 2022 dengan perolehan nilai 23% menambah 3%, yang menandakan adanya

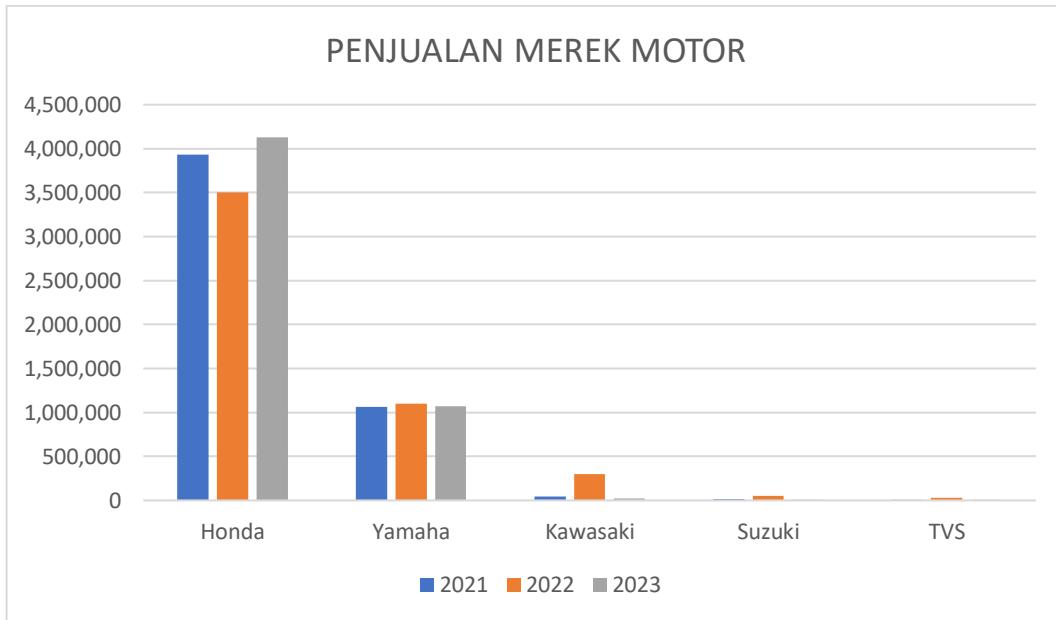
reparasi atau ekspansi lebih besar. Di tahun 2024 mendapatkan perolehan 24% dengan persen yang paling tinggi dalam diagram pada table 1.1. Hal ini menunjukan kondisi yang semakin stabil dari tiap tahunnya.

Yamaha merupakan perusahaan besar yang ada di dunia otomotif khususnya di Indonesia. Yamaha juga senantiasa untuk berusaha menjual produk otomotif yang canggih dan mempunyai nilai tambah otomotif dibandingkan dengan produk pesaingnya. Yamaha juga memberikan penawaran bermacam-macam varian produk sepeda motor yang di buat sesuai dengan kebutuhan para konsumen.

Setiap orang umumnya memiliki Tingkat minat beli yang berbeda-beda dalam hal memenuhi kualitas produk yang mereka inginkan. Konsumen yang dipengaruhi oleh anak muda cenderung sulit untuk menentukan Keputusan pembelian untuk motor Yamaha atau merek lainnya, dikarenakan banyaknya sumber infomasi yang dapat memberikan pengaruh terhadap proses Keputusan pembelian pada motor Yamaha Surya Putra di Kota Bandung.

Kualitas produk adalah salah satu faktor krusial yang memengaruhi kepuasan konsumen dan keputusan untuk membeli. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh fitur dan spesifikasi, tetapi juga oleh pengalaman menggunakan produk yang akan dirasakan oleh konsumen. Dengan demikian, produk yang berkualitas tinggi diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat beli.

Tabel 1.2
Penjualan Motor Tiap Merek



Sumber: AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Terlihat pada table 1.2 yang menampilkan diagram batang yang menunjukkan penjualan merek motor seperti, Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS dari tahun 2021-2023. Dilihat dari table menunjukkan bahwa honda paling mendominasi dari tahun ke tahunnya dengan perolehan nilai yang hamper 4 juta unit, tetapi ada penurunan di tahun 2022 berada pada angka 3.5 juta unit. Pada motor Yamaha menduduki di peringkat kedua setelah Honda dengan perolehan nilai total 11.554.014 unit. Yamaha memiliki pasar yang cukup stabil pada tiap tahunnya. Pada motor Kawasaki mendapat perolehan nilai total 3.236.900 unit, dalam perolehan nilai yang kecil Kawasaki mengalami lonjakan pada tahun 2022 yaitu 300.00 unit, tetapi secara keseluruhannya tetap berada di peringkat yang rendah disbanding Honda dan Yamaha. Pada diagram motor

Suzuki terlihat bahwa penjualan di tahun 2021 hingga 2023 memiliki angka kecil, sehingga hamper tidak terlihat pada diagram, motor Suzuki ini mengalami kemunduran dalam produksinya, dengan penjualan yang relatif rendah dan tidak ada peningkatan yang signifikan. Pada motor TVS pun sama seperti motor Suzuki yang memiliki penjualan yang sangat rendah di semua tahunnya, sehingga merek motor ini menduduki peringkat terakhir dalam diagram , dan memiliki pangsa pasar yang sangat kecil dibandingkan merek-merek lainnya, dengan perolehan nilai total sebesar 39.657 uni

Pada Tabel 1.3 dibawah ini menjelaskan tentang perkembang populasi motor yang ada di Indonesia pada tahun 2021 dan 2022, dilihat di dalam tabbel pada tahun 2021 jumlah kendara bermotor roda dua yaitu mencapai 120.042.298 unit yang ada di Indonesia yang membuktikan bahwa perkembangn otomotif khususnya di sepeda motor ini sangat mendominasi, di tahun. Pada Tahun 2022 tingkat populasi motor makin meningkat dengan perolehan nilai 125.305.332 yanh ada di Indonesia, ini menunjukan di tahun berikutnya pun sepeda motor masih menjadi kendara paling banyak dan membuktikan bahwa dunia otomotif khususnya motor sangat membantu perkembangan zaman yang sekarang.

Tabel 1.3

Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenisnya

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis	
	2021	2022
Mobil Penumpang	16.413.348	17.168.862
Mobil Bis	237.566	243.450
Mobil Barang	5.299.361	5.544.173
Sepeda Motor	120.042.298	125.305.332
Jumlah	141.992.573	148.261.817

Sumber: AISI

Adapun keluhan konsumen terkait produk motor Yamaha khususnya pada motor aerox yaitu sering terjadinya *problem* pada indikator permesinan, yang Dimana motor selalu mati sendiri dan selalu boros aki, lalu menyebabkan pelaku konsumen banyak yang sangat sulit untuk memutuskan keputusan pembelian pada motor Yamaha khususnya pada motor Yamaha Aerox.

Dengan kualitas bagus dan terpercaya, maka suatu produk akan dirasakan dan tertanam dibenak konsumen, karena produk berkualitas akan menarik

konsumen untuk bersedia membayar produk-produknya. (T.Hani Handoko, 2000).

Gambar 1.1
Suasana Dealer Motor Yamaha



Sumber: Yamaha CV Surya Putra Motor Cibiru

Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, semakin menarik produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli produk. Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk.

Adapun data pribadi yang penting bagi Yamaha. Yamaha berupaya untuk mematuhi semua peraturan di Indonesia terkait perlindungan data pribadi termasuk namun tidak terbatas. Dalam menjamin mutu dari kualitas produk

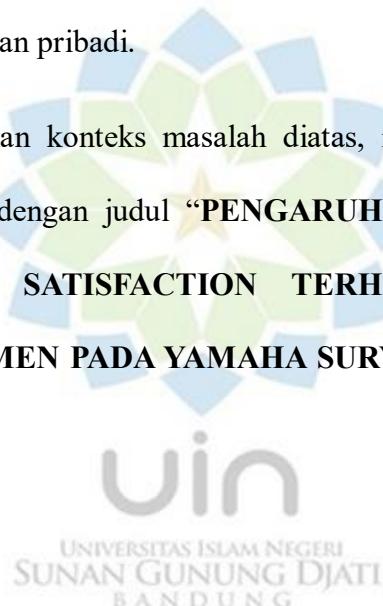
tersebut, Yamaha resmi memperpanjang masa dari garansi motor yang sebelumnya 1 tahun / 12.000 km menjadi 5 tahun / 50.000 km, dengan perpanjangan masa garansi ini berlaku untuk pembelian semua motor Yamaha *matic* yang dimulai per tanggal 1 Oktober 2023 hingga seterusnya, lalu ada garansi rangka berlaku untuk seluruh skutik Yamaha, termasuk MAXI, Classy, dan gen 125, dan garansi rangka ini berlaku tanpa adanya syarat khusu, lalu ada garansi mesin yaitu garansi yang berlaku selama 3 tahun atau 36.000 km, ada juga garansi kelistrikan yaitu garansi yang khusus kelistrikan berlaku selama 2 tahun atau 24.000 km, semua garansi ini berlaku hanya untuk kerusakan yang diakibatkan oleh kesalahan atau kekurangan pada kontruksi, bahan, material produk, dan proses produksi. Yamaha memiliki berbagai kebijakan dan peraturan, diantaranya, adanya kebijakan garansi, kebijakan privasi, dan kebijakan penggunaan aplikasi, adapun kebijakan privasi yaitu Yamaha memiliki kebijakan privasi yang berlaku untuk konsumen di Indonesia dan Yamaha membuat *cookies* dan menggunakan teknologi serupa lainnya di situs *web* Yamaha. Adapun kebijakan penggunaan aplikasi, yaitu pengguna dilarang menggunakan ID Yamaha memakai pengguna lain, pengguna dilarang melanggar hak kekayaan intelektual Yamaha, Pengguna dilaran melakukan pencemaran nama baik, pengguna dilaran melakukan modifikasi terhadap program computer Aplikassi, pengguna dilaran melanggar hukum, peraturan, orgonasi, atau kebijakan public.

Keputusan pembelian penting dalam pemasaran karena banyak faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk;

Semakin menarik produknya, semakin besar keinginan konsumen untuk membelinya.

Perusahaan harus memiliki strategi yang dimana dapat menarik hati konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan. Menurut 1 (Kotler and Armstrong, 2017:158) Perilaku konsumen mengacu pada tindakan membeli yang dilakukan oleh konsumen akhir, baik secara individu maupun dalam konteks rumah tangga, yang memperoleh barang untuk penggunaan pribadi.

Berdasarkan uraian konteks masalah diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP PURCHASING INTEREST KONSUMEN PADA YAMAHA SURYA PUTRA MOTOR DI KOTA BANDUNG”**



B. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka terdapat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Adanya persaingan dalam dunia bisnis terutama pada dunia otomotif khususnya pada motor Yamaha.
- b. Adanya perkembangan ekonomi di Indonesia pada Industri otomotif khususnya pada sepeda motor.

2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Product Quality* secara persial terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung ?
2. Apakah terdapat pengaruh *Customer Satisfaction* secara persial terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Product Quality* dan *Customer Satisfaction* secara simultan terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang harus dipenuhi oleh peneliti sebagai hasil konseptualisasi masalah diatas:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* secara parsial terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung
2. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* secara parsial terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* dan *Customer Satisfaction* secara simultan terhadap *Purchasing Interest* konsumen pada PT Yamaha Surya Putra Motor kota Bandung

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan penerapan baik secara teoritis maupun praktis:



1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti, diharapkan dengan melakukan penelitian ini, dapat mengaplikasikan pengetahuan dan Pendidikan di bangku kuliah untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang lebih mendalam dari ilmu yang didapat
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, diharapkan setelah melakukan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, yang melakukan penelitian sejenis, baik mahasiswa eksternal maupun internal mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran

2. Manfaat Praktis

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Urusan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.