BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin banyaknya mobil yang dimiliki oleh komunitas dan munculnya bisnis-bisnis baru yang selalu berusaha untuk merebut dan mempertahankan pasar, industri otomotif - khususnya sepeda motor - berkembang dengan sangat cepat. Sebuah bisnis harus dapat mengidentifikasi dan memahami apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pelanggan. sesuai dengan keinginan calon pelanggan. Bergantung pada permintaan mereka sendiri, setiap pelanggan memiliki beragam merek atau barang yang menarik untuk dipilih

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk merupakan sebuah penyeleksian dari berbagai alternatif. Untuk melakukan pembelian, seorang konsumen melewati lima tahap, antara lain pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu (Kotler dan Keller, 2012). Sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen antara lain harga, kualitas produk dan gaya hidup(Sumarwan, 2017).

Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik perhatian konsumen. Situasi ini menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam mengeluarkan produk yang disukai konsumen, tanpa inovasi produk sebuah perusahaan dapat tenggelam dalam persaingan dengan produk lain yang semakin memenuhi pasar. Dengan pendekatan pemasaran yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

terintegrasi dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan dalam menentukan pilihan. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah barang, harga, pemasaran, dan metode distribusi. (Astuti & Abdullah, 2017)

Langkah-langkah yang terus menerus dan disengaja yang dilakukan untuk memenuhi permintaan disebut sebagai proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen membuat keputusan mengenai produk mana yang akan dibeli. Satu kesimpulan akhir selalu menjadi hasil dari setiap proses pengambilan keputusan. Keputusan dibuat untuk mencapai tujuan melalui implementasi atau tindakan.

Harga dapat mempengaruhi dan membantu para pelanggan memutuskan cara untuk mengalokasikan daya belinya pada barang atau jasa. Jika harga produk tidak terjangkau oleh pelanggan, maka produk tidak akan terserap oleh pasar.

Harga menjadi salah satu faktor yang diperhatikan konsumen ketika melakukan pembelian.Pelanggan cenderung membeli barang yang sama lagi jika mereka percaya bahwa harganya masuk akal. Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah dibuat. Di satu sisi, harga yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan jangka pendek, namun di sisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen. Pada kasus tertentu, harga yang sangat tinggi dapat diprotes oleh organisasi konsumen dan bahkan mengundang campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Dalam strategi pemasaran, harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu permintaan pasar, Pelanggan cenderung membeli barang yang sama lagi jika mereka percaya bahwa harganya masuk akal. Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah dibuat. Di satu sisi, harga yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan

jangka pendek, namun di sisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen. Pada kasus tertentu, harga yang sangat tinggi dapat diprotes oleh organisasi konsumen dan bahkan mengundang campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Dalam strategi pemasaran, harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu permintaan pasar.Hubungan antara keputusan pembelian dengan harga yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah pilihan untuk membeli menjadi semakin bervariasi. Oleh karena itu, agar suatu produk berhasil di pasar, produsen harus konstan dalam menentukan harga yang mereka tetapkan.

Gaya hidup dapat diukur dari aktivitas (*activity*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*) (Kotler & Keller, 2012). Perubahan gaya hidup kerap kali mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan konsumsi seperti menentuan kebutuhan dan keinginannya(Laila & Sudarwanto, 2018).

seorang pembeli akan memutuskan untuk membeli suatu produk jika mereka tertarik dengan produk tersebut. Ketika seorang pelanggan ingin membeli sepeda motor, mereka mungkin melakukannya hanya karena alasan estetika dan bukan karena keinginan atau kebutuhan..

Meskipun skuter modern lebih canggih dan dilengkapi dengan teknologi terbaru, Vespa klasik salah satu sepeda motor tua dengan desain yang unik dan ikonik. Industri sepeda motor mengalami pertumbuhan persaingan yang pesat. Sepeda motor dapat membantu konsumen dalam menjalankan kebutuhan yang efektif dan efisien serta memudahkan konsumen dalam mencari keperluan atau kebutuhan

hidup sehari-hari, Vespa klasik tetap memiliki daya tarik tersendiri, baik dari segi desain, nilai sejarah, maupun komunitas penggemarnya. bentuk vespa klasik semakin merajalela diseluruh Indonesia . Jenis vespa klasik kini mulai digemari kembali, harga jenis vespa klasik sangat berbeda beda tergantung dengan kondisi motor tersebut.. Vespa klasik memiliki desain elegan dan sederhana dan kualitas produk vespa klasik yang dikeluarkan oleh Negara Italy tergolong motor yang kuat terbukti banyak pengguna motor vespa klasik dari tahun 1960-an hingga sekarang masih ternilang cukup bagus Karena setiap bahan yang digunakan untuk body nya adalah besi dan mesin tua yang bagus berbeda jauh dengan motor lainnya yang terbuat dari jepang.

Vespa dari zaman dahulu hingga sekarang makin berkembang dan banyak tipe yang telah diproduksi oleh Piaggio. Dari tahun 1968 hingga 1994 mempunyai banyak tipe dengan berbeda jenisnya yang diproduksi dan dipasarkan di Indonesia. Berikut daftar model skuter Vespa klasik yang diproduksi dan dipasarkan di Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tabel 1. 1 jenis dan tahun produksi vespa klasik

No.	Model	Tahun Produksi	
		Awal	Akhir
1	Super	68	80
2	Sprint	68	75
3	Super Sprint	65	69
4	Primavera	70	70
5	Sprint Veloce	69	79
6	Special 90cc	75	82
7	P 150 X	78	84
8	P 100 TS	79	84
9	P 150 S	80	85
10	PX 150 E Exclusive	83	84
11	Sera	84	85
12	Spartan	85	85
13	Strada	85	86
14	Strada II	87	87
15	Excel 150	87	99
16	Excel 200	87	91
17	Exclusive 2	87	90
18	Sera II	87	87
19	Corsa 125	92	96

Sumber: Buku "Teknik Reparasi Vespa" hal.15 Penulis Ir. Ohan Juhana-Drs. M. Supratman (2003)

Dalam tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis dan tahun produksi vespa klasik di Indonesia , dimana vespa klasik memiliki banyak jenisnya dibanding sepeda motor lainnya. Vespa klasik memiliki desain dan kualitas yang kokoh serta mesin menggunakan 2 stroke yang masih mengeluarkan emisi , sehingga bagi para pecinta motor vespa klasik dapat mengetahui jenis serta tahun produksi dari satu jenis ke jenis lainnya.

Vespa klasik salah satu kendaraan bermotor yang telah ada sejak zaman dahulu, dan dapat dijumpai di jalan hingga sekarang. Vespa klasik masih digemari oleh sebagian masyarakat, baik di koleksi maupun digunakan sehari-hari. Motor tersebut

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

memiliki bentuk yang unik dan desain yang menarik berbeda dengan motor sekarang serta masih menjadi pusat perhatian dijalan, yang membuat Vespa klasik masih bertahan hingga sekarang.

Pengguna Vespa klasik semakin bertambah dikalangan anak muda dan mahasiswa, baik hanya untuk sebagai mengikuti trend ataupun menjadikan sebuah alat transportasi berpindah tempat. Dengan begitu, beberapa penggunanya banyak yang belum memahami Vespa klasiknya sendiri, dari segi mesin maupun motor tersebut. Serta sebagian dari masyarakat dinilai bahwa, merawat Vespa klasik itu susah atau sulit.

Oleh karena itu, para pengguna Vespa klasik maupun yang berminat mempunyai Vespa klasik dapat mengetahui dan mempelajari ilmu dasar Vespa klasik seperti permasalahan yang ringan seperti mogok karena permasalahan pada busi dan komponen lainya, kemudian alat-alat apa saja yang diperlukan untuk memperbaiki permasalahan tersebut serta mengetahui alamat-alamat bengkel Vespa klasik yang telah tersebar pada wilayah Bandung dan jika dibutuhkannya tenaga ahli Vespa klasik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Adapun permasalahan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk jenis vespa klasik yaitu banyaknya persaingan sepeda motor, sehingga konsumen belum sepenuhnya menetapkan keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik, Sebagian besar mahasiswa menggunakan vespa klasik bukan karena kebutuhan yang penting tetapi hanya untuk gaya hidup ,harga sepeda motor yang mahal, sparepart yang mahal serta sulit didapatkan, dan jaringan bengkel yang masih jarang. Selain itu masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati

Bandung menggunakan vespa klasik hanya untuk memenuhi gaya hidup, mengikuti trend dan hobi, tidak digunakan sehari hari.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sehingga memilih judul "Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Vespa Klasik Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung"

B. Identifikasi dan rumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasikan sebagai berikut :

a. Banyaknya persaingan sepeda motor, sehingga konsumen belum sepenuhnya menetapkan keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik.
b. Sebagian besar mahasiswa menggunakan vespa klasik bukan karena kebutuhan yang penting tetapi hanya untuk gaya hidup
c. Harga sepeda motor yang mahal di tahun sekarang.
d. Sparepart yang sulit didapat dikarenakan langka
e. Jaringan bengkel yang masih jarang

2. Rumusan masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut :

a. Bagaimana harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembeliian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung?

b. Bagaimana gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung?

c. Bagaimana harga dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Melalui berbagai uraian diatas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dalam membeli sepeda motor Vespa klasik
2. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dalam membeli sepeda motor Vespa klasik.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan gaya hidup produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik pada komunitas vespa klasik di Islam Sunan Gunung Djati Bandung

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

penelitian ini dapat memberikan pengalaman belajar dan sekaligus sebagai bahan perbandingan antara hal-hal teoritis dan praktis guna menambah wawasan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat praktis

hasil peneliitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertiimbangan dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan masalah pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa klasik

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG