

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kini alat transportasi pribadi 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. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Yamaha mengeluarkan produk dengan segmen motor bebek yang lebih ramping, tampil makin gaya dengan warna dan *striping* baru moderen yang *attractive*. Yamaha mio juga mempunyai roda yang lebih besar sehingga dipresepsi konsumen dapat menghindari polisi tidur.

Disisi lain Yamaha Mio juga memiliki keunggulan yaitu seperti :hemat BBM, berteknologi *automatic*, mengutamakan teknologi hemat energi dan gas buang ramah lingkungan sesuai emisi EURO 2 dipadukan dengan *performance* handal dan *style* yang dinamis, desain lensa nuansa biru, sehingga bias cahaya yang dihasilkan lebih terang untuk keamanan berkendara, pijakan kaki penumpang dibuat terpisah untuk kenyamanan berkendara, lampu belakang tampil makin gaya dan mempesona, mudah dan murah perawatannya, garansi mesin tiga tahun, harga terjangkau dan ada bagasi serta gantungan helm cocok untuk tua dan muda, parkir mudah sehingga wanita akan lebih leluasa saat mendorong dan

menggunakan setandar tengah karena berat kendaraan 5 kg lebih ringan (<http://www.cahyamotor.com/index>).

Adanya berbagai kelebihan Yamaha Mio ternyata tidak diikuti oleh perkembangan penjualan di pasaran. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap Yamaha Mio tidak selalu mengalami peningkatan.

Penurunan akan produk Yamaha Mio menunjukkan minat beli konsumen tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan, fenomena ini kemungkinan disebabkan karena banyak sekali bermunculan merek sepeda motor baru yang menawarkan dengan berbagai model, desain, dan inovasi yang memberikan kualitas produk yang lebih bagus, serta ditawarkan dengan harga yang lebih murah. Dengan kondisi tersebut, akhirnya di dalam penelitian ini diharapkan mencari berbagai informasi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Yamaha Mio di CV. Fortuna Yamaha Motor Kiara Condong Bandung). Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2009:240).

Persaingan diantara para produsen sepeda motor matic di Indonesia pada saat ini sangat kompetitif. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya produk-produk sepeda motor matic yang sejenis yang dihasilkan oleh Honda dan Suzuki. Honda dan Suzuki yang sebelumnya berkonsentrasi pada sepeda motor bebek, akhirnya menambah lini produknya dengan memproduksi jenis sepeda motor matic dengan menggunakan merek Vario dan Spin.

Salah satu deler resmi motor merek yamaha di kota Bandung adalah Fortuna Yamaha Motor yang beralamat di jln. Kiaracondong No 401 A Bandung. Transaksi penjualan sepeda Motor Merek Yamaha Mio selama Bulan Januari hingga Desember Tahun 2013 terus mengalami fluktuasi. Disamping itu deler tersebut juga lebih suka melayani konsumen yang membeli sepeda motor merek Yamaha Mio dengan Kredit. Selain itu, Fortuna Yamaha Motor juga Membyka Bengkel dan menjual *Spere Part* sepeda motor yamaha. Strategi ini dilakukan Untuk memberi pelayanan dan kemudahan bagi pelanggan jika terjadi kerusakan atau masalah pada sepeda motornya.

Dengan dipaparkan harga sepeda motor Mio sangat kompetitif terhadap kompetitornya. Hal tersebut dapat di tunjukan pada Tabel 1

Tabel 1 Perbandingan Data Penjualan Yamaha Mio, Honda Vario, Suzuki Spin Bulan November 2016

Tipe Motor	Harga		
	Mio	Vario	Spin
Biasa	11.600.000		12.000.000
CW	12.452.000	15.150.000	12.750.000

Sumber <http://www.cahyamotor.com/index>

Persaingan sepeda motor otomatis diramaikan oleh tiga merek yaitu Yamaha Mio, Honda Vario dan Suzuki Spin. Pertumbuhan sepeda motor jenis skuter matik terus meningkat di dalam negeri, bahkan pertumbuhan dalam empat tahun terakhir mencapai 680% sehingga banyak produsen sepeda motor mulai melirik pasar tersebut (<http://paketsukses.com/blog/index>).

Mulai *copywrite* “Mio Sporty, Otomatis Duluan” Yamaha berusaha keras menerapkan persepsi sebagai merek pertama di kategorikan motor matik meski sebetulnya Kymco lah yang lebih dahulu masuk ke pasar motor matik Indonesia

pada tahun 2000. Sekarang ini yamaha Mio dihadang oleh dua kompetitor Utama yaitu seperti Honda Vario dan Suzuki Spin. Honda Vario tidak Masuk dalam kategori bebek sepeti Mio tetapi masuk dalam bentuk *scooter* seperti kymco. Namun sebagai motormatik, Honda Vario tetap merupakan kometitor yang mengancam Yamaha Mio.

Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan).Diantara beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini menganalisis keputusan pembelian tersebut melalui variabel kualitas produk, harga, dan citra merek. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan (Cannon et. al, 2008:286). Jika perusahaan ingin berkembang, apalagi 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. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atasmanfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yangditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Kotler dan Keller

(2009:346) menyatakan bahwa “citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam ingatan konsumen”. Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing.

**Tabel 2 Data Jumlah Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio di CV. Fortuna
Yamaha Motor Kiaracondong Tahun 2016**

Bulan	Mio CW SE	Mio Soul	Mio CW	Mio S	Jumlah
Januari	-	9	80	2	91
Februari	1	7	100	5	113
Maret	-	10	120	3	133
April	-	7	90	7	104
Mei	2	9	85	-	94
Juni	1	8	60	8	78
Juli	1	6	72	6	85
Agustus	-	4	88	4	97
Setember	1	7	69	2	78
Oktober	1	5	45	8	59
November	-	6	61	7	75
Desember	8	3	77	3	83
Total	8	81	947	55	1091

Sumber : CV.fortuna Yamaha Motor Kiaracondong

Dalam tabel menunjukkan adanya penurunan penjualan sepeda motor. Sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas,peneliti mengidentifikasi bahwa:

1. Penjualan sepeda motor yamah mengalami penurunan penjualan
2. Penurunan penjualan terjadi karena masuknya para peasing sepeda motor merek Honda Vario, Suzuki Spin dengan berbagai Varian

3. Strategi harga yang ditawarkan kurang kompetitif
4. Segala keunggulan sepeda motor Yamaha mio tidak selalu membuat konsumen tertarik untuk membeli, ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dalam penelitian ini, maka masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?
2. Apakah terdapat pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?
3. Apakah terdapat pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?
4. Apakah terdapat pengaruh *brand image, price, product quality* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?

3. Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image, price, product quality* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha ?

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan-kegiatan pemasaran, terutama tentang brand image, atribut produk dan harga serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya pada dunia usaha.

2. Bagi Perusahaan

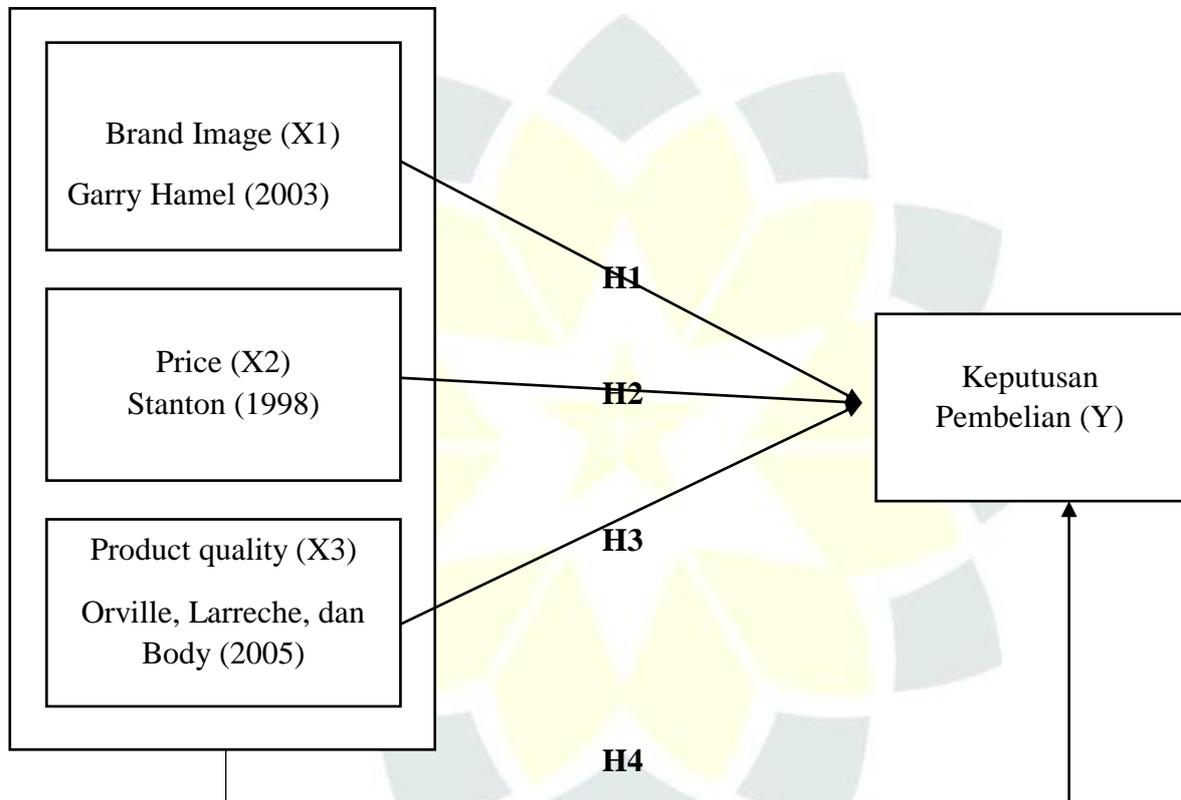
Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang pengaruh brand image, atribut produk serta Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain

Agar dapat dijadikan bahan referensi atau ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan yang bermanfaat.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Oleh Penulis (2013)

1. Penelitian Terdahulu

Tabel 3 Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Judul	Variabel	Hasil
1.	Doni Kushendar (2013)	Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	1. Citra Merek 2. Kualitas Produk 3. Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies Kukus Bandung.

		Amanda Brownies Kukus Bandung).		
2.	M.Rofiq Hakim Fauzi (2014)	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada Konsumen Distro PROSHOP X-WEAR,Bandung)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Promosi Penjualan 3. Keputusan Pembelian 	Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode <i>deskriptif verifikatifn</i> terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk,dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian
3	Andri hermawan (2013)	Pengaruh harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Fino (study Kasus di deler resmi yamaha Kalimantan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Kualitas Produk 3. Keputusan Pembaelian 	

Sumber: Oleh penulis (2012,2013)

G. Hipotesis Penelitian

Berikut hipotesis sementara dalam penelitian ini :

Hipotesis I

H1 : Terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha

H1 : Tidak terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha

Hipotesis II

H2 : Terdapat pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha .

H2 : Tidak terdapat pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha .

Hipotesis III

H3 : Terdapat pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

H3 : Tidak terdapat pengaruh *product quality* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

Hipotesis IV

H4 : Terdapat pengaruh *brand image, price, product quality* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

H4 : Tidak terdapat pengaruh *brand image, price, product quality* secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.