

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era modern saat ini, transportasi menjadi salah satu kebutuhan mendasar yang sangat diperlukan oleh masyarakat untuk mendukung berbagai aktivitas sehari-hari. Kemajuan dalam bidang transportasi berkembang dengan cepat sejalan dengan kebutuhan masyarakat saat ini, baik itu untuk individu maupun kelompok dalam menjalankan berbagai kegiatan. Salah satu jenis transportasi yang mencuat adalah sepeda motor.

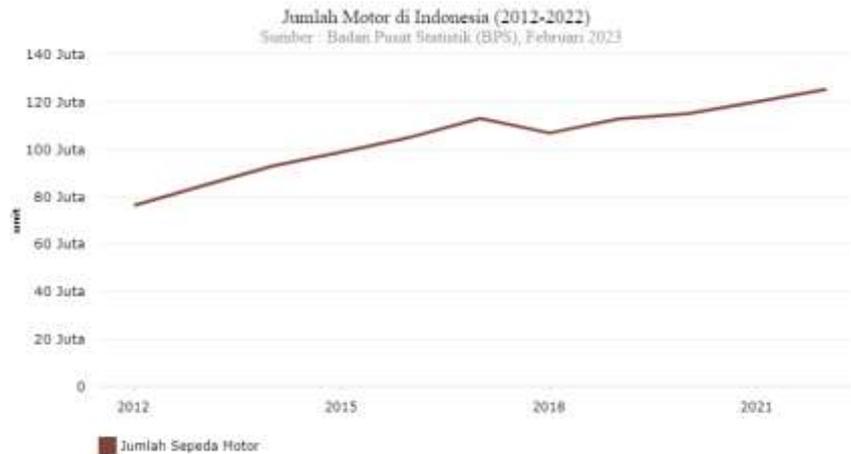
Di zaman yang lampau, sepeda motor dikenal sebagai benda mewah karena hanya segelintir orang tertentu yang memiliki akses kepadanya. Namun, situasinya telah berubah drastis sekarang, di mana sepeda motor telah berubah menjadi kebutuhan pokok di dalam rumah tangga. Ini disebabkan oleh pandangan bahwa sepeda motor adalah alat transportasi yang serbaguna dan praktis, dengan harga yang terjangkau. Faktor-faktor ini mendorong masyarakat untuk memilih memiliki sepeda motor sebagai kendaraan harian. Kehadiran sepeda motor sekarang telah merambah berbagai lapisan masyarakat. Tidak lagi hanya terbatas pada kelompok-kelompok tertentu, melainkan telah menjadi pilihan hampir semua kalangan. Para pekerja, mahasiswa, pedagang, ibu rumah tangga, dan berbagai profesi lainnya, semuanya dapat mengandalkan sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka sehari-hari.

Pada era sekarang, kompetisi antara perusahaan-produsen sepeda motor di Indonesia telah memunculkan berbagai merek dari Honda, Yamaha, Suzuki,

Kawasaki, dan lainnya, itu menandakan bahwa adanya persaingan pasar yang ketat. Masing-masing perusahaan merek tersebut harus terus mengembangkan inovasi pada produknya agar dapat memenuhi harapan calon konsumen. Saat ini, salah satu persaingan utama dalam produk sepeda motor adalah di segmen sepeda motor matik. Jenis sepeda motor ini merupakan varian otomatis yang tidak menggunakan transmisi manual dengan gigi yang perlu dioperasikan, melainkan hanya memerlukan akselerasi sekali saja. Persaingan dalam kategori sepeda motor matik memiliki peran penting dalam mendorong perusahaan produsen untuk menghadirkan produk-produk yang semakin inovatif dan memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Keunggulan utama sepeda motor matik adalah kemudahan pengoperasian dan kenyamanan dalam berbagai kondisi perjalanan, terutama dalam lalu lintas perkotaan yang padat.

Dikutip dari website resmi AISI, pada tahun 2022 penjualan motor di Indonesia mencapai angka 5.221.470 unit atau mengalami kenaikan hingga 3,2% dari penjualan tahun 2021 yang mencatatkan angka 5.057.516 unit. Itu menandakan bahwa minat masyarakat akan kebutuhan sepeda motor ini semakin meningkat. Dan secara data persentase, motor jenis matik atau skutik yang masih mendominasi penjualan motor tahun 2022 dengan porsi 87,94%, disusul motor bebek 6,21%, dan yang paling kecil motor sport dengan persentase 5,85% menandakan sepeda motor matik ini sangat digemari oleh masyarakat saat ini. Karena dilansir dari *idntimes.com* sepeda motor matik ini praktis mudah dalam penggunaannya serta mempunyai desain yang sangat

ramping. Hal tersebut menjadikan produsen sepeda motor berlomba-lomba untuk memproduksi dan menawarkan sepeda motor jenis matik.



Gambar 1. 1 Jumlah Motor di Indonesia 2012-2022

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Kemudian, menurut laporan Statistik Indonesia tahun 2023 awal yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), pada akhir 2022 ada sekitar 125,3 juta unit motor di Indonesia. Selama periode 2012-2022 jumlah sepeda motor di Indonesia sudah bertambah sekitar 48,9 juta unit atau tumbuh 64%, seperti terlihat pada grafik. Dan sepeda motor di Jawa Barat dikutip databoks.katadata.co.id pada tahun 2022 mencapai 13.361.669 unit dan merupakan salah satu daerah pengguna sepeda motor terbanyak setelah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan DKI Jakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna sepeda motor di Indonesia terus tumbuh naik.

Keputusan pembelian memegang peran krusial dalam strategi perusahaan untuk mengembangkan produk berkualitas dan menarik bagi calon pelanggan. Hal ini juga berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk berinovasi

dalam menciptakan produk-produk yang unggul. Inovasi menjadi faktor kunci yang akan mempengaruhi keberhasilan penjualan produk, karena kemampuan perusahaan dalam berinovasi akan membentuk daya tarik produk di mata konsumen. Kemampuan inovasi memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan fitur-fitur baru, desain yang menarik, teknologi canggih, dan solusi yang lebih baik dalam produk mereka. Produk yang memiliki inovasi yang lebih baik daripada pesaingnya akan menarik perhatian konsumen dan memicu minat mereka untuk membeli. Inovasi juga dapat mengatasi masalah atau kekurangan pada produk yang sudah ada, menjadikan produk tersebut lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Terkadang suatu inovasi pun bisa saja menjadikan sebuah bumerang bagi perusahaan dan bisa tidak sesuai ekpektasi perusahaan, biasanya bila banyak terlalu mekakukan inovasi akan menguras juga biaya produksi, karena itu faktor harga dan kualitas produk pun harus dijadikan suatu pertimbangan agar bisa dijangkau oleh konsumen. Dengan demikian bila perusahaan ingin unggul dalam bersaing dan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal maka harus berkemampuan menyusun strategi pemasaran yang brilian.

Pernyataan dari Amstrong dan kotler (2008), mennyatakan bahwa kualitas produk bukan hanya sekadar atribut, melainkan juga merupakan suatu alat atau strategi yang dapat digunakan untuk mengungguli pesaing. Kemampuan untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang baik adalah cara untuk memamerkan berbagai fungsi dan manfaat yang dimiliki oleh produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2015) Menjelaskan bahwa kemampuan itu diuraikan sebagai dimensi kualitas produk meliputi sebagai berikut :

1. Hasil kinerja (*performance*)
2. Daya tahan (*durability*)
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
4. Fitur (*features*)
5. Keandalan (*reliability*)
6. Estetika (*aesthetics*)
7. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)
8. Kemampuan melayani (*serviceability*)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, keputusan pembelian memiliki peran penting bagi perusahaan dalam mengembangkan produk dengan kualitas terbaik yang akan ditawarkan kepada calon konsumen. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk melalui inovasi adalah kunci fundamental dalam menciptakan daya tarik pada produk, sehingga produk tersebut berbeda dari produk serupa yang ditawarkan oleh pesaing.

Namun, inovasi saja tidak cukup untuk memastikan keberhasilan dalam meraih pasar. Ada beberapa faktor lain yang juga perlu diperhatikan, seperti harga yang wajar, kualitas produk, daya beli konsumen, dan aspek-aspek pemasaran lainnya. Hal ini karena kualitas produk sering menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pembelian.

Terkait kualitas produk, ada beberapa aspek penting yang harus diperhatikan agar konsumen merasa puas dengan produk yang mereka beli. Ini juga berlaku dalam konteks sepeda motor sebagai alat transportasi. Dimensi performa dan kinerja sepeda motor, serta fitur-fitur yang ditawarkan oleh merek sepeda motor, semuanya berperan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Sebagai contoh, dalam industri sepeda motor, kualitas produk mencakup performa yang baik, reliabilitas, efisiensi bahan bakar, keselamatan, serta fitur-fitur modern yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Ketika konsumen merasa bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas yang diharapkan, mereka akan lebih cenderung untuk memilihnya.

Kualitas produk memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi tingkat penjualan. Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk akan membantu membangun citra merek yang positif dan dapat berkontribusi pada kesetiaan pelanggan serta rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, pengembangan produk yang memperhatikan kualitas dengan baik merupakan langkah penting dalam mencapai kesuksesan dalam pasar yang kompetitif.

Alasan berikutnya adalah selain faktor kualitas, harga produk menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Karena menurut penelitian terdahulu dari Rakha Azharida (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat.” variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Bukhari Alma (2013) Harga itu sangat memiliki pengaruh terhadap sikap pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian, karena banyak konsumen juga menaruh kepercayaan dalam suatu kualitas produk atau jasa itu ada nilai harga dibarengi dengan kualitas. Dengan demikian, harga yang ditetapkan haruslah mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan dan sejalan dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Keseimbangan antara kualitas produk dan harga yang ditawarkan adalah esensial untuk mencapai keberhasilan dalam pasar yang kompetitif.

Tabel dibawah merupakan volume penjualan sepeda motor honda genio di wilayah Kota Bandung Tahun 2022.

Tabel 1. 1
Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Genio di wilayah Kota Bandung Tahun 2022

No	Bulan	Tahun	Naik/Turun (Unit)
		2022	
1	Januari	105	Naik
2	Februari	111	Naik
3	Maret	167	Naik
4	April	190	Naik
5	Mei	87	Turun
6	Juni	66	Turun
7	Juli	82	Naik
8	Agustus	66	Turun
9	September	90	Naik
10	Oktober	133	Naik
11	November	147	Naik
12	Desember	194	Naik

Sumber : Dealer Daya Motor (data diolah peneliti, 2023)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa volume penjualan sepeda motor Honda Genio pada tahun 2022, mengalami fluktuasi tapi dominan naik. Fenomena tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan pemahamannya terhadap

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Peneliti memiliki dugaan sementara bahwa penyebab terjadinya penurunan tersebut, berkaitan dengan faktor kualitas produk dan harga yang diberlakukan oleh perusahaan.

Untuk dapat mengetahui tanggapan konsumen atau pengguna sepeda motor Honda Genio mengenai kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Genio Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Kota Bandung, peneliti melakukan pra-mini survei dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada 10 orang pengguna sepeda motor honda genio di kota bandung, Hasil yang telah diperoleh dari hasil mini survei yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa pada dimensi Kualitas produk mayoritas responden sudah setuju dengan kualitas yang baik dari produk sepeda motor Honda Genio, hal ini terefleksikan dari jumlah responden yaitu sebanyak 60% (6 orang dari 10 orang) setuju dengan kualitas produk sepeda motor Honda Genio yang baik. Dan 70% (7 orang dari 10) memilih setuju bahwa kualitas produk merupakan pertimbangan utama ketika memutuskan membeli sepeda motor Honda Genio.

Pada dimensi harga, sebagian besar responden 60% (6 orang dari 10) setuju bahwa harga produk Sepeda motor Honda Genio sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Dan 70% (7 orang dari 10) setuju harga produk Sepeda Motor Genio memiliki harga yang terjangkau. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor harga menjadi salah satu pertimbangan penting konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Namun, pada dimensi keputusan pembelian responden cenderung kurang setuju, terlihat dari pernyataan “Anda yakin bahwa keputusan membeli Honda Genio merupakan keputusan yang tepat” hanya 30% (3 orang dari 7) orang yang setuju, dan dari pernyataan “Apakah anda akan merekomendasikan produk Honda Genio kepada orang lain” hanya 20% (2 orang dari 10) yang setuju.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Genio”** (Penelitian Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Genio di Kota Bandung).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka ditarik identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Adanya peningkatan penggunaan akan produk sepeda motor pada tahun 2021-2022 dan jenis sepeda motor yang paling diminati adalah jenis matik.
- b. Adanya pertumbuhan pengguna sepeda motor di Indonesia dari tahun 2012-2022 dan wilayah Jawa Barat merupakan daerah pengguna sepeda motor terbsanyak keempat.
- c. Terjadinya fluktuasi dalam volume penjualan sepeda motor Honda Genio di wilayah Kota Bandung pada tahun 2022.

- d. Respon pengguna sepeda motor honda genio hanya 30% dari 100% terkait keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas maka ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah bagaimana dan seberapa besar kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio?
- b. Apakah bagaimana dan seberapa besar harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio?
- c. Apakah bagaimana dan seberapa besar kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio.
2. Untuk mengetahui apakah bagaimana dan seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio.
3. Untuk mengetahui apakah bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda genio.

E. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan dampak manfaat untuk berbagai pihak, baik secara teoritis ataupun praktis.

1. Manfaat Akademis

Dari penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan pengetahuan dan memperluas wawasan khususnya tentang manajemen pemasaran, dan menjadi sumber untuk menunjang penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan dapat memperkaya pengetahuan khusus tentang Kualitas Produk, Harga dan keputusan pembelian, sekaligus bisa menjadi bahan referensi bagi pihak yang tertarik pada bidang ini guna pengembangan ilmu.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam membuat strategi pemasaran khususnya Kualitas produk dan Harga yang akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan perilaku keputusan pembelian yang digunakan di masa yang akan datang.