

BAB I

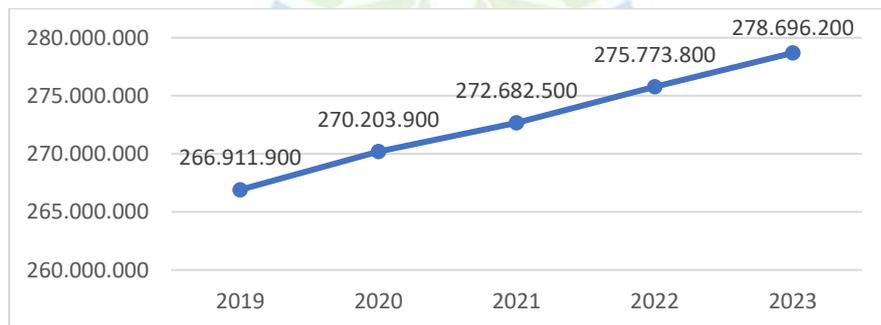
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini perkembangan zaman semakin pesat. Banyak sekali perkembangan terkait beragamnya aktivitas setiap orang dengan waktu yang beragam pula memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat dengan selisih waktu yang tidak jauh berbeda. Adapun data perkembangan jumlah penduduk Indonesia dari tahun 2019-2023 diantaranya sebagai berikut.

Grafik 1. 1

Perkembangan Penduduk di Indonesia Tahun 2019-2023

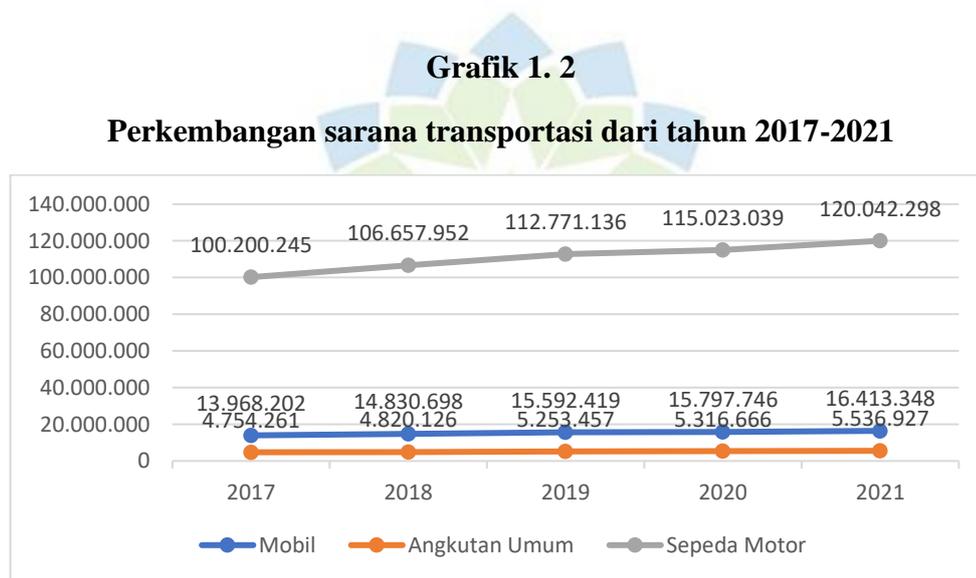


Sumber : Badan Pusat Statistik (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2019-2023 jumlah penduduk di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat memiliki dampak pada berbagai aspek. Salah satunya berdampak pada peningkatan penggunaan transportasi. Menurut badan pusat statistik, untuk menjamin terselenggaranya mobilitas setiap

penduduk maka sarana transportasi merupakan salah satu faktor untuk menunjang hal tersebut secara efektif, efisien dan ekonomis.

Transportasi juga menjadi salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap roda perekonomian (Wahyuni, 2021). Hal tersebut secara otomatis dapat berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan sarana transportasi pada suatu wilayah. Adapun perkembangan jumlah sarana transportasi dari tahun 2017-2021 dapat dilihat pada grafik berikut.



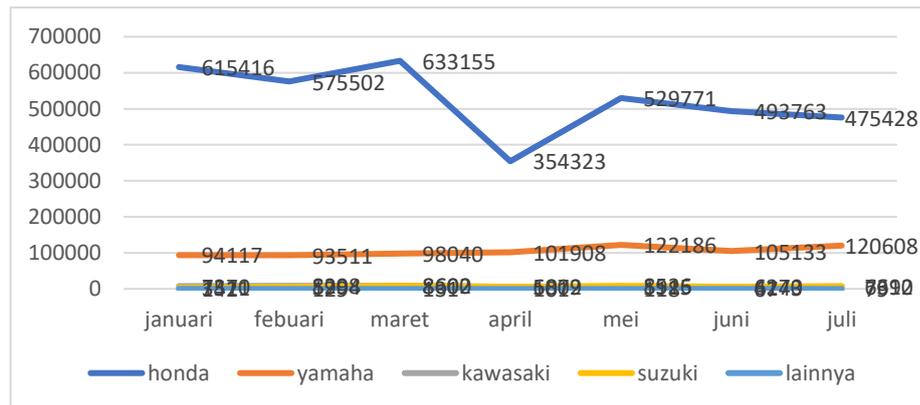
Sumber: Badan Pusat Statistik (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik di atas maka dapat dilihat perkembangan sarana transportasi dari tahun 2017-2021 terjadi peningkatan jumlah transportasi pada semua jenis setiap tahunnya. Terutama pada transportasi sepeda motor terjadi peningkatan yang cukup pesat sebesar 4,53% per tahun. Sepeda motor merupakan jenis transportasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hal tersebut ditinjau dari proporsi sepeda motor pada tahun 2021 yang jauh lebih besar dibandingkan dengan transportasi jenis lainnya. Dengan demikian, menurut Badan Pusat

Statistik sepeda motor menjadi penyumbang dengan jumlah terbesar transportasi di Indonesia dengan rata-rata sebesar 81,78%.

Grafik 1.3

Data penjualan sepeda motor tahun 2023



Sumber : www.aisi.com (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik tersebut diketahui bahwa adanya persaingan antara beberapa produsen sepeda motor terbesar di Indonesia. Grafik tersebut menunjukkan adanya fluktuasi penjualan pada semua merek Sepeda Motor. Penjualan sepeda motor Yamaha cenderung lebih stabil dibandingkan dengan penjualan sepeda motor lainnya. Akan tetapi dari beberapa perbandingan merek di atas penjualan sepeda motor terbanyak yaitu sepeda motor Honda.

Dalam industri otomotif Sepeda Motor Honda sebagai pelopor serta market leader terutama pada sarana transportasi roda dua. Beberapa alasan mengapa Honda dapat menjadi market leader diantaranya adalah Sepeda Motor Honda memiliki berbagai varian baik dari segi model maupun bentuk, variasi warna, desain dan harga yang sesuai dengan selera konsumen, suku cadang sparepart harganya terjangkau, brand image yang kuat, promosi yang besar dan

selalu menawarkan potongan harga yang besar. Berikut ini merupakan daftar harga serta jenis-jenis Sepeda Motor Honda.

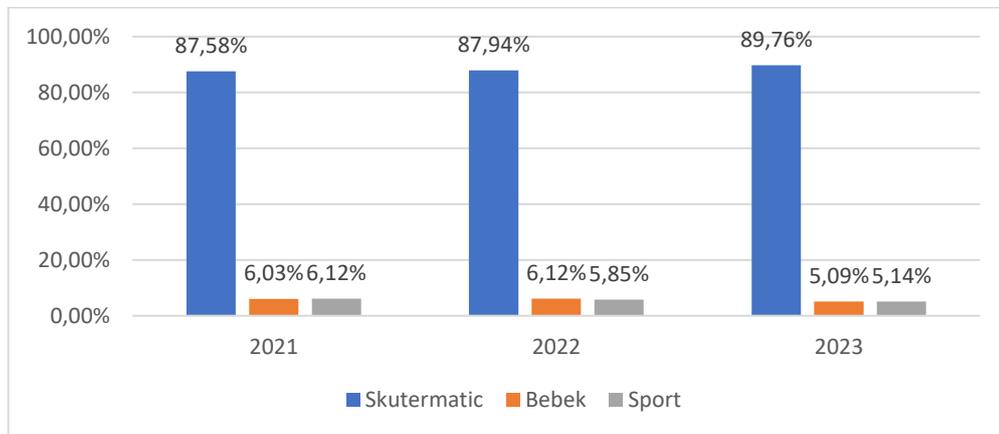
Tabel 1. 1

Daftar Harga Dan Jenis Motor *Skutermatic* Honda 2023

No	Jenis motor	Harga
1.	Honda beat	
	Beat sporty CBS	18.050.000
	Beat street	18.700.000
	Beat deluxe	18.900.000
2.	Honda scoopy	
	Scoopy fashion	21.875.000
	Scoopy sporty	21.875.000
	Scoopy prestige	22.680.000
3.	Honda vario	
	Vario 125 CBS	22.550.000
	Vario 125 CBS-ISS	24.200.000
	Vario 125 CBS-ISS SP	24.450.000
4.	Honda vario	
	Vario 260 CBS	26.639.000
	Vario 160 ABS	29.513.000
	Honda genio	
5.	Genio CBS	19.110.000
	Genio CBS-ISS	19.730.000
6.	Honda PCX	
	PCX CBS	32.670.000
7.	PCX ABS	36.085.000
	Honda ADV	
	ADV 160 CBS	36.200.000
	ADV 160 ABS	39.400.000

Sumber : www.astra-Honda.com (Data diolah peneliti, 2023)

Dari tabel 1.1 di atas merupakan pricelist dan daftar jenis Sepeda Motor Skutermatic yang dimiliki oleh PT. Astra Honda Motor sangat bervariasi, masing-masing dari produk tersebut memiliki keunikan serta ciri khas tersendiri yang membedakan antara produk satu dan lainnya dan juga membedakan dengan produk pesaing. Sepeda motor jenis skutermatic ini merupakan jenis sepeda motor yang banyak diminati oleh konsumen. Hal tersebut dapat ditinjau dari terjadinya peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Adapun data perkembangan penjualan Sepeda Motor Honda dari tahun 2020-2023 sebagai berikut.

Grafik 1. 4**Perkembangan Penjualan Sepeda Motor Honda**

Sumber: www.aisi.com (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan perkembangan penjualan Sepeda Motor Honda di Indonesia. Grafik tersebut menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor jenis bebek dan sport pada tahun 2021 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya masing-masing sebesar 1,30% dan 0,71%. Hal tersebut disebabkan karena motor jenis bebek ini dianggap kurang stylish dan multifungsi oleh konsumen apalagi pada kalangan anak muda.

Sedangkan untuk jenis skutermatic dari tahun 2020-2023 terus mengalami kenaikan yang cukup pesat dari tahun ketahun. Apalagi pada tahun 2023 kategori Sepeda Motor Skutermatic ini berada pada tingkat yang paling tinggi yaitu mencapai 89,76%. Dengan demikian, jenis sepeda motor Skutermatic saat ini sedang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Selain karena fiturnya yang lebih mudah dan nyaman, juga dianggap lebih praktis dalam penggunaannya atau dapat dikatakan bahwa jenis skutermatic ini merupakan produk yang multifungsi.

Selain ditinjau dari segi keunggulannya, Sepeda Motor Honda jenis skutermatic juga memiliki beberapa kelemahan salah satunya adalah ketahanan ban yang kurang optimal karena diameter skutermatic jauh lebih kecil dibanding jenis bebek maupun sport. Selain itu, kampas rem skutermatic cenderung cepat habis karena tuas rem sering kali ditarik, bahkan ketika sepeda motor sedang melaju.

Selain dari beberapa kekurangan tersebut, kasus keropos rangka pada sepeda motor Honda jenis Skutermatic ramai dibicarakan di media sosial. Terjadinya keropos rangka tersebut berkaitan dengan inovasi baru PT.Astra Honda Motor terkait penggunaan rangka eSAF pada Sepeda Motor Honda jenis skutermatic. Dengan demikian, adanya kelemahan maupun kelebihan pada Sepeda Motor Honda Jenis skutermatic ini menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis Skutermatic.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beraneka ragam dorongan. Walaupun keputusan pembelian sama sekali tidak bisa dipaksakan oleh produsen, keputusan pembelian merupakan salah satu proses pengambilan keputusan terhadap pembelian yang mencakup penentuan antara dibeli atau tidaknya sebuah produk. keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan jual beli sebelumnya (Sofjan Assauri, 2004).

Untuk menarik minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan, maka dibutuhkan adanya kualitas pelayanan serta

kualitas produk yang bermutu agar mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen mengenai bagaimana konsumen memilih, membeli dan menggunakan barang, jasa atau ide yang dimulai ketika konsumen mengenali masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh dorongan dari dalam diri atau luar diri untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Setelah konsumen membeli produk maka akan mengalami proses kepuasan sebagai perilaku konsumen setelah pembelian. Dari beberapa uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012), Kualitas produk adalah tingkat mutu yang diinginkan oleh konsumen serta pengendalian karakteristik mutu guna memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan demikian, suatu produk memiliki suatu kualitas apabila sesuai dengan syarat dan standar kualitas yang telah ditentukan. Berdasarkan definisi-definisi yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi berupa fisik, sifat dan fungsi produk, baik berupa produk barang maupun produk layanan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan serta kebutuhan konsumen.

Selain dilihat dari kualitas produk yang ditawarkan, maka konsumen juga akan membandingkan dari segi kualitas layanan yang diberikan oleh setiap perusahaan. Sudah menjadi sebuah kewajiban bagi suatu perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar mampu berdaya saing dan menjadi perusahaan dengan brand yang menjadi kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik dan mampu mempengaruhi nilai yang lebih baik pula dari perusahaan pesaing. Kualitas pelayanan yang unggul merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, keputusan pembelian dan keberhasilan bisnis yang dijalankan (Hamdani & Lupiyoadi, 2009).

Menurut Tjiptono (2014), Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam menyaimbangkan harapan konsumen.

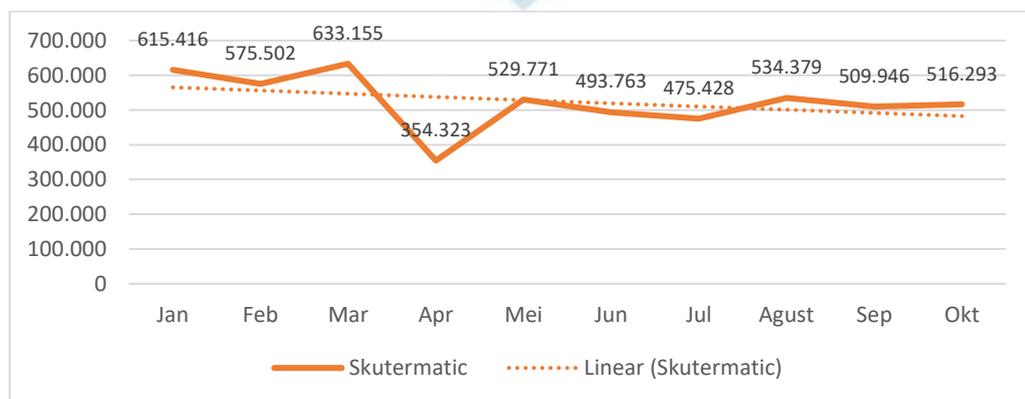
Dengan kualitas layanan yang memuaskan, dapat menjadi faktor pendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Jika perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dapat mempengaruhi image perusahaan karena kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan disampaikan dari konsumen yang satu kepada konsumen lainnya secara berantai dari mulut ke mulut. Hal tersebut menjadi salah satu strategi yang membedakan antara perusahaan kita dengan perusahaan pesaing (Idrus, 2019).

Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen terbilang baik dan memuaskan, maka hal tersebut akan membuat konsumen beranggapan bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik serta profesional dalam memberikan pelayanannya. Sebaliknya, jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen kurang baik, maka konsumen akan beranggapan bahwa perusahaan kurang baik dan tidak profesional dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen.

Adapun data perkembangan penjualan Sepeda Motor Honda jenis skutermatic 2023 berikut.

Grafik 1.5

Perkembangan penjualan Sepeda Motor Honda jenis Skutermatic 2023



Sumber : www.aisi.com (Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan pada bulan maret terjadi kenaikan penjualan yang signifikan terjadi pada bulan maret sebesar 633.155 unit. Kemudian pada bulan april terjadi penurunan yang sangat drastis yaitu sebesar 354.323 unit. Dengan demikian, grafik tersebut menunjukkan naik turunnya

penjualan atau dengan kata lain terjadinya fluktuasi pada penjualan Sepeda Motor Honda jenis skutermatic. Fluktuasi merupakan perubahan naik atau turunya suatu variabel yang terjadi akibat mekanisme pasar yang berubah (yohanes surya,2007).

Secara keseluruhan penjualan Sepeda Motor Honda jenis skutermatic pada 2023 mengalami penurunan sebesar 8,9% terhitung dari bulan januari hingga oktober, semula sejumlah 615.416 unit menjadi 516.293 unit. Terjadinya fluktuasi penjualan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Diantaranya preferensi dan permintaan konsumen yang dipengaruhi oleh trend, gaya hidup dan kebutuhan transportasi, persaingan yang semakin ketat dari merek sepeda motor lainnya yang menawarkan produk serupa dengan kualitas yang lebih unggul, kualitas dan inovasi produk, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Resmi Honda juga menjadi salah satu faktor terjadinya fluktuasi tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pra survey yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form kepada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur. Dalam pra survey ini untuk melihat seberapa baik kualitas produk dari Sepeda Motor Honda ini maka peneliti juga mengajukan beberapa pernyataan mengenai pendapat konsumen mengenai kualitas produk dari Sepeda Motor Honda jenis skutermatic.

Tabel 1. 2

Hasil pra survey mengenai kualitas produk Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic*

No	Pernyataan	Jawaban responden			Presentase		
		Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	S	R	Ts
1	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda mempunyai kualitas material komponen yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen	15 responden	1 responden	4 responden	75%	5%	20%
2	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda nyaman dan aman saat digunakan	16 responden	3 responden	1 responden	80%	15%	5%
3	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda lebih irit BBM dibandingkan dengan sepeda motor merek lainnya	15 responden	3 responden	2 responden	75%	15%	10%
4	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda memiliki fitur-fitur pendukung guna mempermudah dalam proses berkendara	17 responden	3 responden	-	85%	15%	
5	Saya merasa Kualitas produk Sepeda Motor Honda sesuai dengan standar-standar produk	12 responden	5 responden	3 responden	60%	25%	15%
6	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda memiliki ketahanan mesin yang awet	16 responden	3 responden	1 responden	80%	15%	5%
7	Saya merasa Produk Sepeda Motor Honda memiliki nilai jual kembali yang tinggi	15 responden	2 responden	3 responden	75%	10%	15%
8	Saya merasa kualitas yang ditawarkan Sepeda Motor Honda kepada konsumen lebih baik dari merek lain	16 responden	3 responden	1 responden	80%	15%	5%

Sumber : Hasil pra survey kualitas produk

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan kualitas produk yang dimiliki oleh Sepeda Motor Honda jenis skutermatic. Rata-rata sebanyak 76 % responden setuju bahwa Sepeda Motor Honda mempunyai kualitas material komponen yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, nyaman dan aman saat digunakan, produk Sepeda Motor Honda lebih irit dibandingkan dengan sepeda motor merek lainnya, produk Sepeda Motor Honda memiliki fitur-fitur pendukung guna mempermudah dalam proses berkendara, memiliki nilai jual kembali yang tinggi serta kualitas yang ditawarkan Sepeda Motor Honda kepada konsumen lebih baik dibandingkan dengan merek lain.

Namun, sebanyak 24% responden merasa bahwa kualitas produk Sepeda Motor Honda tidak sesuai dengan standar-standar produk, responden merasa produk Sepeda Motor Honda tidak memiliki fitur-fitur pendukung guna mempermudah dalam proses berkendara. Kemudian, responden merasa Produk Sepeda Motor Honda tidak memiliki ketahanan mesin yang awet.

Dengan demikian, Sepeda Motor Honda jenis sktermatic memiliki kualitas produk yang cukup baik. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, ditindaklanjuti dan dievaluasi untuk meningkatkan kualitas produk di beberapa aspek tertentu yang masih diragukan. Kemudian selain ditinjau dari kualitas produk peneliti juga melakukan pra survey mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Resmi Honda yang berada di wilayah Bandung Timur.

Tabel 1. 3

Hasil pra survey mengenai kualitas pelayanan Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur

No	Pernyataan	Jawaban responden			Presentase		
		Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	S	R	Ts
1	Saya merasa kerapian serta kesesuaian seragam karyawan Dealer Resmi Honda sesuai dengan SOP	19 responden	1 responden	-	95 %	5%	
2	Saya merasa Pelayanan yang diberikan karyawan Dealer Resmi Honda selalu cepat dan tepat sesuai dengan keinginan konsumen	15 responden	3 responden	2 responden	85 %	15%	10 %
3	Saya merasa ruang tunggu serta kursi yang memadai, memiliki mushola dan toilet yang sangat nyaman	14 responden	3 responden	3 responden	70 %	15%	15 %
4	Saya merasa Karyawan Dealer Resmi Honda mampu merespon serta menangani dengan cepat keluhan dari konsumen	13 responden	4 responden	3 responden	65 %	20%	15 %
5	Saya merasa Karyawan Dealer Resmi Honda memiliki jiwa yang sabar dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen	18 responden	2 responden	-	90 %	10%	
6	Saya merasa adanya garansi service gratis setiap pembelian Sepeda Motor Honda jenis apapun	17 responden	3 responden	-	85 %	15%	
7	Saya merasa adanya garansi rangka 5 tahun pada setiap Dealer Resmi Honda	15 responden	5 responden	-	75 %	25%	

Sumber : Hasil pra survey kualitas pelayanan

Ditinjau dari tabel 1.3 bahwa hasil pra survey menunjukkan mayoritas responden setuju dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Resmi Honda. Mayoritas responden dengan jumlah 80% merasa bahwa karyawan Dealer Resmi Honda mengikuti SOP dengan baik, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, serta karyawan mampu merespon dan menangani keluhan konsumen dengan cepat.

Namun, terdapat beberapa pernyataan yang mendapatkan respons ragu-ragu atau tidak setuju dari sebagian responden. Sebanyak 20% responden merasa bahwa ruang tunggu, kursi, mushola, dan toilet di dealer tidak nyaman, garansi service gratis dan garansi rangka hanya tersedia di sebagian Dealer Resmi Honda dengan kata lain garansi service gratis dan garansi rangka hanya diterapkan oleh beberapa dealer yang berada di wilayah Bandung Timur.

Dengan demikian, mayoritas responden merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer Resmi Honda yang berada di wilayah Bandung Timur. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti kenyamanan fasilitas di dealer dan ketersediaan garansi service gratis dan garansi rangka di seluruh dealer. Kemudian selain ditinjau dari kualitas produk dan kualitas pelayanan peneliti juga melakukan pra survey mengenai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Tabel 1. 4

Hasil pra survey mengenai keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic*

No	Pernyataan	Jawaban responden			Presentase		
		Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	S	R	T S
1	Saya akan membeli Sepeda Motor Honda karena Merek dari Produk Honda lebih mudah diingat dan memiliki kualitas produk daripada merek produk lain	17 responden	3 responden	-	85 %	15%	
2	Saya membeli Sepeda Motor Honda karena pelayanan yang diberikan Dealer Resmi Honda sangat baik	15 responden	5 responden	-	75 %	25%	
3	Saya membeli Sepeda Motor Honda karena kemudahan serta kestrategisan tempat Dealer Resmi Honda	17 responden	3 responden	-	85 %	15%	
4	Saya membeli Sepeda Motor Honda karena dalam metode pembayarannya mudah dapat dilakukan secara cash dan credit	14 responden	6 responden	-	70 %	30%	
5	Saya membeli Sepeda Motor Honda karena masa inden nya sebentar	16 responden	3 responden	1 responden	80 %	15%	5 %

Sumber : Hasil pra survey keputusan pembelian

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif setuju sebanyak 79% bahwa dalam menentukan keputusan pembelian Sepeda Motor Honda ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya merek yang mudah diingat, pelayanan yang diberikan oleh suatu Dealer Resmi Honda, produk yang memiliki kualitas yang lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing yang sejenis, adanya garansi-garansi yang diberikan pelayanan yang diberikan oleh suatu Dealer Resmi Honda, kestrategisan tempat dan juga adanya layanan purna jual.

Namun, terdapat beberapa pernyataan yang mendapatkan respons ragu-ragu atau tidak setuju dari sebagian responden. Pernyataan tersebut sebanyak 21% responden akan membeli Sepeda Motor Honda karena Merek dari Produk Honda lebih mudah diingat daripada merek lain, kurang optimalnya pelayanan yang diberikan oleh sebagian Dealer Resmi Honda yang berada di wilayah Bandung

Timur, kurang strategisnya lokasi Dealer Resmi Honda yang berada di wilayah Bandung Timur, kurang mudahnya metode pembayaran yang digunakan, dan lamanya masa inden dari produk Sepeda Motor Honda.

Dengan demikian, mayoritas responden merasa bahwa mereka akan memutuskan membeli Sepeda Motor Honda terlebih dahulu akan mempertimbangkan dari kualitas produk yang memiliki Sepeda Motor Honda dan juga mempertimbangkan dari segi pelayanan yang diberikan oleh Dealer Resmi Honda.

Selain dari hasil pra survey hal tersebut dapat dibuktikan oleh beberapa penelitian terdahulu diantaranya menurut Menurut Muhamad Fadillurrohman (2023) bahwa harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, menurut Rakha Azharidha (2021) bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Honda beat.

Sedangkan menurut Denise candara yulianto (2021) bahwa citra merek secara parsial terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pada produk kecantikan MD glowing, kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kecantikan MD Glowing hal tersebut disebabkan karena ketatnya persaingan dalam industri kecantikan, menurut Yani restiani W dan Wildan (2023) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor. Hal tersebut disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh pihak dealer hanya sebatas pelayanan dari sebuah

dealer pada umumnya, kemudian pihak dealer juga tidak terlalu memperhatikan detail pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, adanya research gap dari penelitian terdahulu. Karena terdapat inkonsistensi pada hasil penelitian yang sudah diteliti.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas yang telah dipaparkan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda, maka peneliti melakukan penelitian berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Jenis Skutermatic Pada Konsumen Dealer Honda Di wilayah Bandung Timur”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka terdapat beberapa identifikasi rumusan masalah yang dapat dipaparkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Perkembangan zaman memengaruhi permintaan sepeda motor setiap tahun. Pada tahun 2017, permintaan sepeda motor sebesar 100.200.245 unit, tahun 2018 sebesar 106.657.952 unit, pada tahun 2019 sebesar 112.771.136 unit, pada tahun 2020 sebesar 115.023.039 unit, dan pada tahun 2021 sebesar 120.042.298 unit.
2. Jumlah bisnis sepeda motor di Indonesia semakin banyak dan bervariasi, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat.

3. Pada tahun 2021 permintaan skutermatic honda mencapai angka 87,58%, pada tahun 2022 mencapai angka 87,94%, kemudian pada tahun 2023 mencapai angka 89,76%. Angka tersebut menunjukkan peningkatan yang signifikan.
4. Terdapat keluhan konsumen yang berkaitan dengan kasus keropos rangka eSAF pada skutermatic honda.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang masalah di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang dapat dipaparkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Apakah, bagaimana, dan seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur?
2. Apakah, bagaimana, dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur?
3. Apakah, bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur secara simultan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka terdapat beberapa tujuan penelitian yang dapat dipaparkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah, bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur.
2. Untuk mengetahui apakah, bagaimana dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur.
3. Untuk mengetahui secara simultan seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* pada konsumen Dealer Resmi Honda di wilayah Bandung Timur.

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Manfaat secara akademik dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, dapat bermanfaat bagi kepentingan pengembangan ilmu manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda jenis *skutermatic* dealer di wilayah Bandung Timur umumnya bagi para peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, dapat dijadikan sebagai acuan maupun referensi bagi para peneliti selanjutnya, khususnya mahasiswa jurusan manajemen dengan konsentrasi manajemen pemasaran.
- c. Bagi perusahaan, Dealer Resmi Honda yang berada di wilayah Bandung Timur dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai informasi, wawasan serta evaluasi mendalam kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan daya saing, kepuasan pelanggan, dan performa bisnis secara keseluruhan.

2. Manfaat praktis

Manfaat secara praktis dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Harapan peneliti dalam penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi serta masukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

