

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang jitu guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri sepeda motor. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara tepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara tepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Kebutuhan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Dibandingkan 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. Kemudahan kredit sepeda motor serta perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif pun menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu. Berbagai produsen sepeda motor

guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga dewasa ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan. Fenomena ini dibuktikan dengan penjualan sepeda motor di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Beragamnya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi pun membuat produsen sepeda motor terus berinovasi hingga akhirnya lahir jenis sepeda motor bertransmisi otomatis yang kemudian dikenal dengan skuteromatik. Skuteromatik yang beredar dipasaran sepiintas terlihat mirip antara satu dengan yang lain, namun jika diperhatikan secara lebih detail maka akan ditemukan perbedaan-perbedaan yang cukup berarti dan hal ini menunjukkan bahwa masing-masing produsen sepeda motor memiliki pandangan tersendiri mengenai kualitas dan fitur tertentu yang diprediksikan mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Produsen sepeda motor tentunya tidak hanya berfokus terhadap kualitas akan produk yang dihasilkan sehubungan dengan usaha yang dilakukan untuk menguasai pasar, namun juga tentunya memperhitungkan mengenai faktor harga yang akan diterapkan akankah harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang didapat. Masyarakat cenderung tertarik akan produk yang merek nya sudah memiliki citra yang baik serta telah dikenal luas, dan hal ini sangat mungkin dijadikan oleh masyarakat sebagai acuan untuk menilai manakala ada sebuah perusahaan yang memiliki cukup ternama dan mereknya memiliki reputasi yang baik mengeluarkan suatu produk yang baru.

Tidak ingin kalah dengan produsen lain ditengah persaingan produk sepeda motor bertransmisi otomatis yang semakin kompetitif dari waktu ke

waktu. Honda mengeluarkan produk dengan segmen skutermatik untuk memuaskan konsumen yaitu Honda Vario yang merupakan sepeda motor skutermatik yang mengutamakan kepraktisan serta dilengkapi dengan teknologi dari segi keamanan, disamping itu juga dikenal sebagai motor matik yang memiliki konsumsi bahan bakar yang efisien. Honda vario merupakan skutermatik pertama yang diproduksi Honda dengan beberapa keunggulan yang belum dimiliki kompetitor lain seperti kunci pengaman berganda dan sistem bakar injeksi.

Kualitas Produk menjadi hal penting juga dalam penjualan. Motor vario memiliki kualitas yang membuat konsumen merasa aman dan nyaman dengan pembelian vario tersebut. Setiap produk memiliki baik dan buruknya produk tersebut, begitu juga Honda Vario. Berikut dua review pengguna Honda Vario dari 183 review yang berkaitan dengan kualitas produk, sumber *id.priceprice.com*

Review oleh 92
07/06/2017

Desain	★★★★☆ 3.0
Kapasitas Mesin	★★★★★ 4.0
Kinerja Perjalanan	★★★★★ 4.0
Kenyamanan Berkendara	★★★★★ 4.0
Efisiensi Bahan Bakar	★★★★★ 5.0
Total	★★★★★ 4.0

Vario 125cc

[Baik]

Vario bentuknya keker, ringan dibawa saat mengendarai, irit bahan bakar, 20rb (pertamax) kurang lebih 30km dua hari. Gasnya ringan apalagi setelah di service. Ban yang besar jadi memudahkan & nyaman dibawa kita untuk kecepatan tinggi. Cocok digunakan untuk wanita seperti saya.

[Buruk]

Body Desain dan pilihan warna kurang menarik di bandingkan merk tetangga. Perawatannya sedikit ribet karena harus di bengkel resmi atau bengkel besar karena untuk buka mur keras karena sudah ber tekno juga kayanya

Review yang Baik

Gambar 1.1

Berdasarkan dari gambar 1.1 diatas bahwa kualitas produk Honda Vario masih belum memenuhi keinginan konsumen, dari design dan pilihan warna yang kurang menarik serta kalah dari pesaing, serta sparepart standart yang tidak baik atau kurang bagus untuk perjalanan jauh dan perjalanan di aspal yang licin karena hujan.

Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut.

Berikut harga-harga serta perbedaan harga Honda vario dengan pesaing terberat dengan posisi peringkat dibawah Honda yaitu Yamaha, berdasarkan sumber internet *otomaniac.com* sebagai berikut

No	Merek	Harga terendah – tertinggi (Rp)
1	Honda Beat	13.700.000 – 15.775.500
2	Honda Vario	16.300.000 – 21.025.000
3	Honda Scoopy	16.800.000
4	Yamaha Mio	13.000.000 – 16.400.000
5	Yamaha Xeon	15.750.000
6	Yamaha NMax	23.500.000 – 27.900.000

Tabel 1.1 Data harga motor tahun 2017, sumber *otomaniac.com*

Berdasarkan tabel 1.1 dikatakan bahwa harga Honda Vario masih terbilang terlalu tinggi harga yang dijual dari beberapa harga motor skutermatic pesaing seperti Yamaha Xeon yang menjadi rival Honda Vario itu sendiri. Ini yang menjadi kekurangan Honda vario yaitu harga yang ditawarkan masih terbilang menengah keatas. Berdasarkan sumber internet salah satu pengguna Honda Vario (<http://id.priceprice.com/Honda-Vario-8829/reviews/>) harga yang masih terlalu tinggi dari pesaingnya, padahal memiliki design dan kualitas yang hampir sama.

Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Citra suatu merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu.

Penjualan motor di Indonesia bisa dibilang menjadi kompetisi. Dan dengan kompetisi tersebut menjadikan adanya peringkat dalam penjualan sepeda motor terlaris setiap tahunnya. Peringkat tertinggi berdasarkan penjualan Jenis motor dari berbagai merek yang terjual. Berikut penjualan sepeda motor terlaris periode terakhir pada awal tahun 2017 sebagai berikut:

Peringkat	Nama Produk	Kapasitas Mesin	Penjualan terlaris
1	Beat Series	110	173.438
2	New Vario	125	89.649
3	Scoopy eSP	110	47.927
4	Mio M3 125	125	31.023
5	N-Max	155	19.491
6	Revo	110	13.773

Tabel 1.2 Data motor terlaris tahun 2017, sumber kompas.com

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa citra merek Honda Vario masih kurang baik dikarenakan HondaVario masih berada di peringkat dua dan masih kalah dengan citra merek dari Beat Series.

Top of mind adalah merek atau *brand* yang pertama kali muncul dalam benak konsumen, contoh dalam kasus ponsel pada era sebelum smartphone android nokia menjadi *top of mind* yang ada di Indonesia. Dalam kasus transportasi motor skutermatik dalam merek Honda, vario belum menjadi *top of mind* dalam benak konsumen melainkan motor Honda beat yang menjadi *top of mind* di Honda. Citra merek Honda Vario belum menjadi merek dan jenis motor skutermatik yang menjadi pilihan utama dalam benak konsumen, tetapi Honda Vario menjadi pilihan kedua yang sering menjadi keputusan konsumen untuk membeli motor skutermatik tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Honda Vario daerah Jakarta Barat)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut ada beberapa pembahasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Kualitas standart dari Honda Vario yang masih kurang maksimal dengan penggunaannya sehingga masalah dalam perjalanan jarak tempuh yang jauh dan kualitas ban kurang bagus mudah licin saat hujan.

- b. Harga yang masih diatas harga pesaing sehingga membuat keputusan konsumen dalam membeli masih kurang.
- c. Citra merek yang masih kurang di benak konsumen sehingga belum menjadi *top of mind* konsumen, yang membuat peringkat penjualan Honda Vario belum menjadi peringkat pertama.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi, waktu, dan biaya maka peneliti membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

Fokus dalam penelitian ini adalah pada variable Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3) sebagai variable bebas (*independen*). Sedangkan variable Keputusan Pembelian (Y) sebagai variable terikat (*dependen*) daerah Jakarta barat

1.4 Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario?
- b. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario?
- c. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario?
- d. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario?
- e. Apakah Harga merupakan variabel yang dominan terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario?

1.5 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario.
- e. Untuk mengetahui Harga merupakan variabel yang dominan terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti Kualitas Produk, Harga dan Citra Merk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat di implementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.
- b. Bagi penulis
Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang ada.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih tentang motor Honda vario.