

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengaruh globalisasi pada dunia industri saat ini telah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada. Perkembangan teknologi membawa dampak kehidupan manusia terutama dunia usaha saat ini. Disamping itu perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, baik perusahaan sejenis atau tidak sejenis. Persaingan industri di Indonesia tidaklah sedikit karena hal tersebut disebabkan karena adanya inovasi yang terus berkembang di setiap perusahaan. Perusahaan yang saat ini sering melakukan inovasi seperti handphone dan motor. Semakin banyaknya perusahaan menunjukkan karya-karya barunya akan membuat perusahaan tersebut mampu melewati persaingan yang ada.

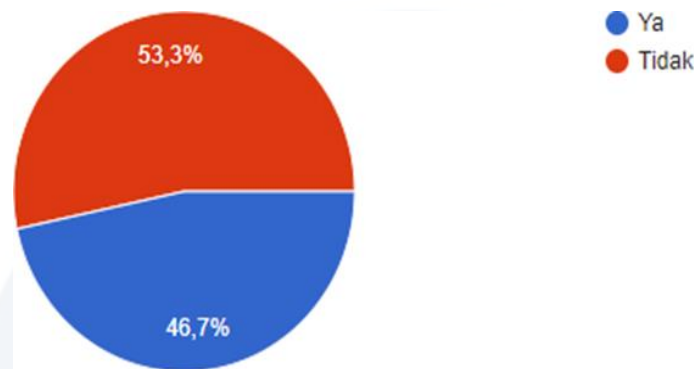
Perusahaan industri sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki sudah banyak dikenal di masyarakat Indonesia. Persaingan di industri sepeda motor sudah semakin luas. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi keinginan (*wants*) saja melainkan karena adanya kebutuhan manusia yang tidak lagi dipandang sebelah mata. Sepeda motor saat ini sudah dijadikan sebagai kendaraan yang seharusnya sudah dimiliki oleh konsumen dengan alasan untuk mempermudah setiap aktifitasnya. Berbagai banyak model, kekuatan mesin, dan teknologi yang berada di motor tersebut saat ini masih sulit untuk didapatkan di setiap motor. Salah satu sepeda motor yang memiliki kualitas tersebut yaitu sepeda motor Honda Beat dan Vario. Honda Beat dan Vario adalah salah satu merek sepeda motor yang dikenal oleh masyarakat karena mengkonsumsi bahan bakar yang tidak terlalu banyak pada saat perjalanan jauh maupun dekat.

Distribusi sepeda motor Honda salah satunya yaitu *Beat* dan *Vario* ini adalah PT Astra Honda Motor (AHM), perusahaan ini merupakan satu-satunya di Indonesia yang memiliki hak sebagai agen tunggal pemegang merek (ATPM) sepeda motor Honda Beat dan Vario. Saat ini PT Astra Honda Motor (AHM) dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar menjaga keberlangsungan bisnisnya dan mampu menjaga citra merek dengan baik agar label mengkonsumsi bahan bakar yang tidak terlalu banyak tersebut tidak menjadi sebuah masalah yang akan terjadi di masa yang akan datang. Merek adalah sebuah cerminan dari janji yang diucapkan oleh produsen terhadap konsumen atas kualitas produk yang akan mereka hasilkan, suatu merek terbukti dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

Salah satu strategi yang harus dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengetahui keberadaan produk tersebut dengan baik yang akhirnya melekat di benak konsumen. *Celebrity Endorser* memiliki keuntungan publisitas dan kekuatan memperoleh

perhatian dari konsumen, selebriti juga mempunyai kekuatan untuk dijadikan sebagai alat untuk membujuk, merayu, serta mempengaruhi konsumen sasaran, yaitu dengan ketenaran yang dimilikinya. Selebriti dapat menjadi alat pemasaran suatu produk yang sangat penting, daya tariknya yang luar biasa dan memiliki banyak penggemar bisa menjadi hal yang tidak dimiliki orang lain sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk motor Honda beat dan vario.

Berikut ini merupakan hasil pra survey dari 30 responden yang sama dengan pertanyaan berbeda sesuai dengan variabel lainnya yaitu *celebrity endorser* tentang daya tarik *Celebrity endorser* dan terkenal atau tidaknya *celebrity endorser* tersebut.



Sumber : Disusun oleh penulis, 2021

**Gambar 1.1 Diagram *Celebrity Endorser***

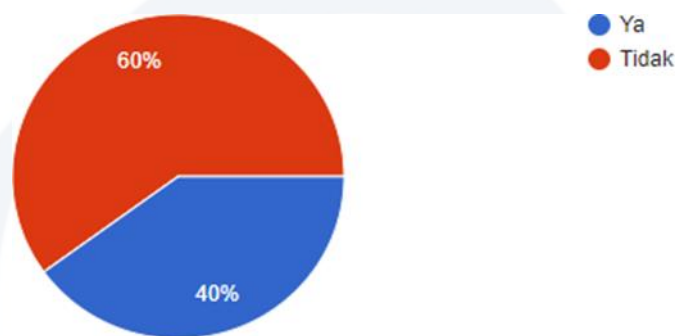
Berdasarkan gambar 1.1 tersebut menunjukkan terdapat 46,7% dari responden yang menjelaskan bahwa sepeda motor Honda beat dan vario tersebut memiliki bintang iklan yang sudah bisa untuk menarik para pembeli dibandingkan dengan bintang iklan sepeda motor lainnya dan sisanya sebesar 53,3% responden mengatakan sebaliknya.

Honda perlu menyadari hal ini, karena persaingan semakin ketat dan perusahaan berlomba-lomba memperluas pangsa pasarnya dan berusaha mencoba menarik pelanggan dengan cara mempengaruhi sikap konsumen dan pola pikir dari konsumen tersebut agar mau membeli produk-produk perusahaan tersebut. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk baik berbentuk barang atau pun jasa yang ditawarkan semakin hari semakin meningkat karena memang pada dasarnya konsumen sulit untuk dipuaskan dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Masing-masing perusahaan diharapkan mempunyai strategi-strategi yang bagus untuk bisa menarik konsumen. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen, agar konsumen dapat mengetahui keberadaan produk tersebut dengan baik sehingga dapat melekat dibenak konsumen. Konsumen biasanya melakukan penilaian baik atau tidaknya sebuah produk dapat terlihat dari kualitas produk itu sendiri.

Kualitas Produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan

produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat Sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Berikut ini merupakan hasil pra survei dari 30 responden yang sama dengan pertanyaan berbeda sesuai dengan variabel lainnya yaitu kualitas produk dari sepeda motor Honda beat dan vario.

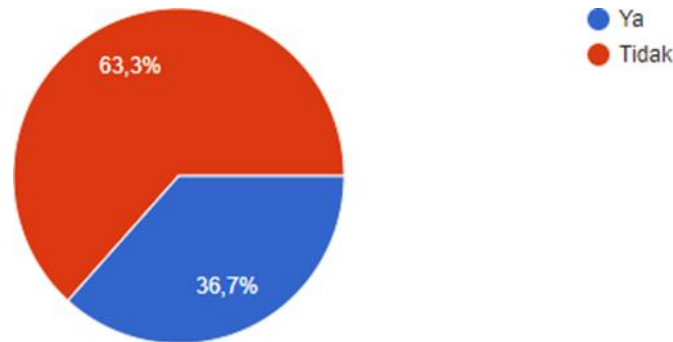


Sumber : Disusun oleh penulis, 2021

**Gambar 1.2 Diagram Kualitas Produk**

Berdasarkan hasil diagram 1.2 tersebut menunjukkan terdapat 40% dari responden yang menjelaskan bahwa sepeda motor Honda beat dan vario tersebut memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan dengan sepeda motor lainnya dan sisanya sebesar 60% responden mengatakan sebaliknya. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas produk adalah harga, Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis. Faktor harga ini sangatlah berpengaruh kepada keputusan pembelian karena dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula. Seringkali dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi. Berikut ini merupakan hasil pra survei dari 30 responden yang sama dengan pertanyaan yang berbeda dengan variabel lainnya tentang harga pada

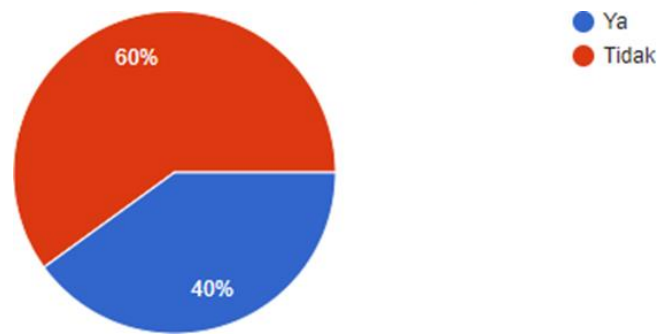
sepeda motor Honda beat dan vario.



Sumber : Disusun oleh penulis, 2021

**Gambar 1.3 Diagram Harga**

Berdasarkan hasil diagram 1.3 tersebut menunjukkan terdapat 36,7% dari responden yang menjelaskan bahwa sepeda motor Honda beat dan vario memiliki harga yang sesuai dibandingkan dengan sepeda motor lainnya dan sisanya sebesar 63,3% responden mengatakan sebaliknya. Setelah menetapkan harga yang sesuai dengan nilai produk, aktifitas selanjutnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah melakukan promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk ini akan berguna bagi mereka, maka mereka pun tidak akan membelinya, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Karena semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dan berlangganan pada produk atau jasa tersebut. Promosi sangat penting dilakukan dalam usaha merebut pangsa pasar yang semakin kompetitif. Dengan melakukan promosi melalui media cetak atau elektronik yang menarik, maka hal itu akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Apalagi jika promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan sangat menarik, dengan memberikan potongan harga, maka hal itu akan meningkatkan keputusan pembelian. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan memegang peran penting dalam meningkatkan perolehan jumlah penjualan, karena bagaimanapun sebaliknya kualitas yang dimiliki oleh suatu produk yang dihasilkan, tidak akan dapat mencari sendiri pasarnya tanpa dipromosikan terlebih dahulu kepada pembelinya. Dengan demikian promosi harus semakin gencar dilakukan sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli pada waktu yang akan datang. Berikut ini merupakan hasil pra survei dari 30 responden yang sama dengan pertanyaan berbeda sesuai dengan variabel lainnya yaitu promosi dari sepeda motor Honda beat dan vario.



Sumber : Disusun oleh penulis, 2021

**Gambar 1.4 Promosi**

Berdasarkan hasil diagram 1.4 tersebut menunjukkan terdapat 60% dari responden yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi karena adanya promosi yang diberikan dari perusahaan sepeda motor Honda beat dan vario tersebut dan sisanya sebesar 40% responden mengatakan sebaliknya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar responden yang menjawab tidak beranggapan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Honda Beat Dan Vario”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dibahas oleh peneliti adalah:

1. Apakah *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda beat dan vario?
5. Apakah *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada motor Honda beat dan vario?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka adanya tujuan dari penulisan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada

- sepeda motor Honda beat dan vario
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario
  5. Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda beat dan vario.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis

##### 1. Manfaat Akademisi

Sekiranya dapat memberikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.

##### 2. Manfaat Praktisi

Manfaat secara praktis diharapkan dapat berguna bagi para pembacanya dan bagi para penulis selanjutnya juga untuk yang ingin merancang strategi pemasaran melalui media yang baru.

##### 3. Manfaat Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dari judul yang diteliti yakni Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada motor Honda beat dan vario.

#### 1.5 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Razak (2019) judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan” yaitu tidak terdapat variabel *Celebrity Endorser*, Harga dan Keputusan Pembelian dan populasi yang lebih spesifik dibanding yang pernah dilakukan. Sedangkan dengan penelitian Amilia & Asmara (2017) judul penelitian “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Xiaomi di Kota Langsa” yaitu tidak terdapat variabel *Celebrity Endorser* (X1) dan populasi yang lebih spesifik dibanding yang pernah dilakukan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aditi & Hermansyur (2018) judul penelitian “Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merk Honda beat dan vario di Kota Medan” terdapat perbedaan tidak adanya variabel *Celebrity Endorser* dan Harga. Berbeda juga dengan Annisa & Ruswanti (2015) judul penelitian “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy” tidak adanya variabel harga (X2) dan Promosi (X3).