

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian dewasa ini terutama dibidang produk tumbuh dengan cepat, industri produk sangat beraneka ragam. Dari sektor bisnis banyak sekali yang dapat ditawarkan oleh pihak perusahaan ke konsumen dalam hal berkendara. Seiring dengan ketatnya persaingan bisnis di Era globalisasi seperti sekang ini, perusahaan dituntut untuk dapat lebih maju dan berkembang dalam menjalankan roda kegiatan usahanya. Oleh karena itu, keberadaan perusahaan-perusahaan kendaraan di Indonesia khususnya sepeda motor sangat diperlukan untuk menunjang kebutuhan masyarakat. Perusahaan industri maupun jasa harus mampu bersaing dalam meningkatkan kualitas atau mutu dari produk/jasa yang dihasilkan, hal tersebut harus didukung dengan mesin-mesin dan peralatan yang canggih serta modern agar hasil yang diperoleh lebih optimal dan efisien.

Sepeda motor pada saat ini semakin dirasakan kegunaannya oleh produsen dan konsumen pada umumnya. Dengan adanya sepeda motor akan sangat mempermudah dan mempercepat baik waktu maupun jarak yang akan kita tempuh. Tidak heran jika sepeda motor menjadi sangat berkembang dengan sangat cepat dan pesat. Berbagai macam merek bermunculan baik dari bentuk, harga, kualitas dan kuantitas dari sepeda motor tersebut. Dari kondisi ini akan

banyak mengakibatkan persaingan yang sangat kompetitif terhadap sepeda motor dimana seorang konsumen mempunyai peranan yang sangat penting dalam kesuksesan dari sepeda motor yang diproduksi oleh sebuah perusahaan. Beberapa produk dengan kualitas, model, karakteristik tambahan dari produk yang dibuat sangat mempengaruhi seorang konsumen dalam mengkonsumsi barang tersebut.

Pada saat ini merek sangat memegang peranan penting dalam menjembatani harapan konsumen karena pada saat ini merek merupakan salah satu cerminan dari jaminan kualitas perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Persepsi yang berbeda terhadap suatu merek dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang tepat dan akurat. Strategi ini tidak cukup karena harus didukung juga oleh taktik pemasaran (*Marketing Mix*) yang memadai. Promosi merupakan suatu unsur yang sangat mempengaruhi seorang konsumen terutama dalam pemilihan merek sehingga akan menimbulkan sebuah keputusan untuk membeli merek tersebut dari merek tersebut.

PT Yamaha Motor Kencana Indonesia tampaknya cukup jeli membaca pasar. Setelah 30 tahun memproduksi motor handal untuk kaum lelaki, PT Yamaha Motor Kencana Indonesia (YMKI), mulai melirik segmen perempuan dengan melansir kembali produk barunya Yamaha Mio yang secara resmi masuk pasar Indonesia pada pertengahan Januari 2004 lalu secara serentak. Melihat perkembangan pasar yang cukup potensial ini Di kalangan skuter, maka YMKI

memutuskan untuk meluncurkan Mio di kelas ini. Mio adalah kendaraan Scuter Matic yang diperuntukkan bagi kaum wanita dengan gaya dinamis, elegan dan kehidupan sosial yang aktif. Kelas skuter matic ini mengalami kenaikan jumlah penjualan yang cukup besar dari tahun ke tahun. Kehadiran Honda Vario dan Suzuki Spin yang masuk ke pasar, mendapat sambutan positif dari konsumen dikelas ini.

"Dengan mengusung tema Scuter Matic Yang Elegan membidik segmen pasar kaum muda khususnya kaum wanita funky, dinamis, anggun, dan aktif yang berjiwa trendy serta smart. Melalui Yamaha Mio, YMKI juga ingin memperbaiki kurang suksesnya disegmen ini ke pangsa pasar sebagaimana yang diraih oleh terdahulunya Yamaha Nouvo pada Beberapa tahun sebelumnya. Desain yang lebih kecil, performa mesin, fitur kenyamanan terlengkap di kelasnya dan teknologi tinggi yang dimiliki Mio menjadi kelebihan dibanding merek lain, Lalu Yamaha Mio adalah skuter Tercepat dikelasnya.

Desain yang stylish dan sporty khas anak muda menjadikan Mio kendaraan *hatchback* yang sesuai dengan tuntutan gaya hidup konsumen muda. Dari segi eksterior desainnya dan streping modern dengan nyaman bagi si pengendara. Mesin 115 cc yang digunakan Mio adalah mesin dengan performa tinggi serta menghasilkan emisi yang ramah lingkungan.

Mio hadir dalam enam pilihan warna yang menarik untuk memenuhi kebutuhan kaum muda yang aktif dan dinamis, yaitu, Hitam, Merah, Biru, Putih, Hijau Muda dan Hijau Tua.

Sebagaimana halnya dengan produk Yamaha yang lain, Mio didukung oleh layanan purna jual (servis dan spare part) Yamaha di bengkel yang tersebar di seluruh Indonesia. YMKI juga memberikan jaminan garansi mesin selama 3 tahun atau 36.000 km pertama, dan untuk kelistrikan garansi selama 2 tahun atau 24.000 km pertama tergantung mana yang dicapai terlebih dahulu.

Yamaha terus membuktikan komitmennya dalam memberikan The Best of Speed kepada pelanggannya sebagaimana semboyannya, Yamaha Selalu Di Depan.

Dengan berbagai kelebihan yang dimiliki Yamaha Mio tersebut maka peneliti ingin mengetahui tanggapan dari pembeli Yamaha Mio, terutama faktor-faktor yang mendorong pembelian Yamaha Mio.

B. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi masalah

- a. Banyaknya perusahaan sepeda motor di Indonesia yang membuat persaingan semakin tajam.
- b. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat beraneka ragam terhadap jenis atau merek sepeda motor.
- c. Berbagai macam faktor-faktor yang menjadi alasan untuk melakukan keputusan pembelian suatu merek sepeda motor

2. Pembatasan masalah

Berdasarkan identifikasi di atas dan untuk mengarah pembahasan agar sesuai dengan tujuan yang ingin di capai maka penulis membatasi penelitian ini yang membahas 4P (product, price, place, dan promotion) sebagai faktor-faktor yang menentukan keputusan konsumen membeli kendaraan Motor Scuter Matic Yamaha mio dan hanya dilihat dari aspek product yang diberikan oleh Scuter Matic Yamaha.

Sedangkan untuk ruang lingkup penulis mengambil lokasi penelitian di daerah Jakarta Barat dan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan Motor Scuter Matic Yamaha Mio, baik pengguna lama maupun baru.

C. Perumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang menentukan pembelian Motor Scuter Yamaha Mio ?
2. Faktor apakah yang paling dominan dalam pembelian Motor Scuter Yamaha Mio ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan konsumen dalam pembelian Motor Scuter Yamaha Mio.
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan dalam pembelian Motor Scuter Yamaha Mio.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi mahasiswa penelitian ini akan menambah pengetahuan dan sarana praktikum untuk menerapkan teori yang diperoleh lewat bangku kuliah
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian Motor Scuter Yamaha Mio.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia untuk menjadi acuan dalam memproduksi barang sejenis.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran untuk melakukan penelitian ini, antara lain identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika dari penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang kerangka teoritis yang dijadikan landasan penelitian guna mendukung pemecahan masalah penelitian. Atas dasar teori-teori tersebut maka pada akhir bab ini akan disampaikan dugaan sementara atas masalah penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai waktu dan tempat diadakannya penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel yang digunakan, metode pengumpulan data, metode pengolahan atau analisis data serta definisi variabel-variabel yang digunakan dalam penyelesaian penelitian.

BAB IV: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Membahas mengenai karakteristik responden berdasarkan demografinya.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merinci seluruh proses penelitian dan hasilnya. Hasil pengolahan data akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang nantinya akan disimpulkan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab merupakan bab penutup dari keseluruhan pokok bahasan yang berisikan kesimpulan dan saran-saran dari analisis data sebelumnya.