# BAB I

# PENDAHULUAN

1. **Latar belakang**

Persaingan dalam dunia bisnis perusahaan saling berkompetisi untuk bisa menguasai pasar. Perusahaan berupaya mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Salah satu strateginya adalah dengan cara menciptakan sesuatu yang berbeda untuk konsumen. Perusahaan harus merancang strategi untuk memikat konsumen dalam memasarkan produknya. Saat ini perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Mempelajari serta memahami apa saja kebutuhan konsumen dan membuat strategi untuk dapat maju serta berkembang.

Kompetitor perusahaan perusahaan berupaya mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Sepeda motor alat transportasi yang menjadi kebutuhan utama mobilitas dimasyarakat. Produsen sepeda motor harus merancang strategi untuk memikat konsumen dalam memasarkan produknya dengan keunggulan inovasi yang diciptakannya. Perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Mempelajari serta memahami apa saja kebutuhan konsumen dan membuat strategi untuk dapat maju serta berkembang (Ariono, 2018).

Apabila suatu produk sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhan, daya beli konsumen akan meningkat. Bisnis kuliner salah satu persaingan bisnis yang kompetitif. Banyaknya pesaing bergerak dibidang yang sama, manajemen berusaha menarik konsumen untuk melakukan pembelian (Amrullah, Siburian, & Zainurossala, 2016).

Strategi perusahaan untuk bisa memahami permintaan konsumen pada sasaran produk yang tepat. Produk yang belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan cenderung untuk tidak membeli produk. Apabila suatu produk sesuai dengan keinginan atau kebutuhan, daya beli konsumen akan meningkat.

Berdasarkan data yang dilansir dari laman resmi Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor pada Februari 2021 mencapai 377.776 unit, Maret 2021 sebesar 521.424 unit, dan April sebesar 472.889 unit. Mei 2021, penjualan [sepeda motor](https://www.liputan6.com/tag/sepeda-motor) kembali mengalami penurunan sebesar 46,13 persen dibanding bulan sebelumnya. Jika dilihat angkanya, pada April 2021, penjualan roda dua secara nasional menyentuh angka 472.889 unit sedangkan Mei 2021, hanya 254.710 unit. Dari data tersebut, merek yang menduduki penjualan tertinggi adalah merek Honda. Dibandingkan dengan merek lain, penjualan sepeda motor Honda pada tahun 2021 sebesar 81.485.

Perusahaan membutuhkan keputusan pembelian yang tinggi dari konsumen untuk dapat menjual produk sesuai dengan target. Keputusan pembelian perilaku untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian atau memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian yang tinggi ketika keputusan dalam pembelian dengan nilai, jumlah dan frekuensi yang tinggi. Tingginya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan diharapkan dapat mempengaruhi kontinuitas bisnis perusahaan (Santosa *et al.*, 2018).

Produk dengan nama yang baru diharapkan mampu menarik dan mengambil alih *market share* serta menjadi *market leader*. Pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk, konsumen dapat mengenali produk, mengevaluasi kualitas, mengurangi resiko pembelian, dan memperoleh pengalaman tertentu serta mendapatkan kepuasan tertentu dari suatu produk (Rawung, Oroh, & Sumarauw, 2015).

Produk Honda Beat di mata konsumen memiliki citra yang baik, karena memiliki desain yang ramping, irit bahan bakar dan spare part mudah ditemukan dibengkel-bengkel resmi maupun tidak resmi. Honda beat denga konsumsi bahan bakar yang irit akan mempengaruhi akselerasi percepatannya motor. Kondisi tersebut membuat konsumen mempertimbangkan dalam melakukan pembelian Honda Beat.

Perusahaan membutuhkan keputusan pembelian yang tinggi dari konsumen untuk dapat menjual produk sesuai dengan target. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian atau memanfaatkan produk atau jasa tertentu Keputusan pembelian yang tinggi adalah ketika keputusan dalam pembelian dengan nilai, jumlah dan frekuensi yang tinggi. Tingginya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan diharapkan dapat mempengaruhi kontinuitas bisnis perusahaan (Pahlevi & Sutopo, 2017)

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa akan dapat memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkanya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir (Garatu, 2013)

Kualitas pelayanan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Ariono, 2018). Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen dan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen (Fandi & Satrio, 2018).

Harga salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen,dan manajer perlu benar-benar menyadari peran harga tersebut dalam pembentukan sikap konsumen.Dalam situasi tertentu para konsumen sangatlah sensitif terhadap harga,sehingga harga yang relatif tinggi dibanding para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen (Pahlevi & Sutopo, 2017).

Desain Produk akan berpengaruh positif terhadap keunggulan persaingan produk. Persaingan didunia transportasi khususnya sepeda motor semakin tinggi. Menghadapi persaingan yang tinggi tersebut perlu dilakukan strategi agar permasalahan dapat diatasi dengan baik salah satunya desain produk ( Dewi & Santosa, 2018). Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan dalam mengambil keputusan pembelian. Inovasi-inovasi baru baik dari segi motif, teknik dan corak. Hal ini dapat memberikan pilihan bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi saat melakukan keputusan pembelian (Achidah, Warso, & Hasiolan, 2016). Desain yang baik dinilai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan.Lebih dari sekedar menciptakan atribut produk atau jasa, Desain melibatkan pembentuka pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan (Soewito, 2013).

Dealer PT. Nusantara Sakti Motor merupakan daeler resmi Honda yang menjadikan salah satu tujuan untuk melakukan pembelian sepeda motor yang mereka inginkan. Dealer ini sudah memiliki nama yang sudah dikenal banyak konsumen. PT. Nusantara Sakti Motor dealer resmi astra yang menjual berbagai merek motor Honda seperti Beat, Vario, PCX, Scoopy, Verza, CBR, CB-150, dari sekian banyaknya produk Honda Beat menempati posisi penjualan produk nomor 3 dari merek Honda. Nusantara Sakti Group perusahaan yang bergerak tidak hanya penjualan resmi sepeda motor Honda, akan tetapi memiliki bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) dan pembiayaan *finance*. Penjualan motor matic di Dealer PT. Nusantara Sakti Motor Sragen untuk merek vario per bulan 30 unit, scoopy per bulan 30 unit dan rata-rata penjualan perbulan beat hanya terjual 25 per unit.

Dari uraian diatas terlihat masih banyak terdapat permasalahan, tantangan dan hambatan yang dimiliki konsumen oleh Dealer PT. Nusantara Sakti Motor, oleh karena itu peneliti berpendapat layak melakukan penelitian yang berjudul keputusan pembelian motor honda beat ditinjau dari kualitas pelayanan, harga dan desain produk pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.

1. **Batasan masalah**
2. Penelitian ini variabel dibatasi dua variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga dan desain produk.
3. Penelitian hanya dilakukan kepada konsumen yang melakukan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.
4. **Rumusan masalah**
5. Apakah ada pengaruh secara simultan yaitu kualitas pelayanan, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen?
6. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen?
7. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen?
8. Apakah ada pengaruhdesain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen?
9. **Tujuan penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian yang akan dicapai sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menjelaskan apakah variabel kualitas pelayanan, harga dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.
2. Mengetahui dan menjelaskan apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.
3. Mengetahui dan menjelaskan apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.
4. Mengetahui dan menjelaskan apakah variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen.
5. **Manfaat penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan kualitas pelayanan, harga dan desain produk terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat sebagai tambahan ilmu pengetahuan maupun dasar untuk penelitian berikutnya di bidang yang sama.

1. Manfaat praktis:
2. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi bagi peneliti sebagai bahan riset selanjutnya agar meminimalkan batasan hasil penelitian. Riset berikutnya dapat lebih memperluas pengalaman dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan penentuan kriteria keputusan membeli di perusahaan.

1. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi motor Honda Beat pada Dealer PT. Nusantara Sakti Motor di Kabupaten Sragen dapat menambah informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan mutu perbaikan yang baik dan bisa berkembang.

1. Bagi dunia akademik

Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi riset di bidang manajemen pemasaran dan digunakan untuk mengembangkan wawasan berkenaan dengan manajemen pemasaran. Dapat dijadikan sebagai referensi dan tambahan informasi bagi peneliti berikutnya di bidang penelitian yang sama.