

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan berkembangnya populasi manusia, berkembang ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat, sangat berpengaruh kepada pemenuhan kebutuhan terutama kebutuhan alat transportasi, khususnya kendaraan roda dua atau sepeda motor. Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis sepeda motor hadir untuk memenuhi kebutuhan berkendara masyarakat, sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan antara perusahaan sejenis dalam menyajikan keunggulan produknya dalam hal merebut minat konsumen.

Pada dasarnya semakin banyak persaingan maka akan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk memiliki sebuah produk yang sesuai dengan harapan dan keinginannya. Tingkat persaingan dunia usaha di era globalisasi saat ini sangat ketat, hal ini dapat diketahui karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat merebut market share. Perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan memenangi persaingan, serta tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Yamaha sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini telah menyadari persaingan ini. Yamaha senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka.

Di Indonesia banyak terdapat distributor produk Yamaha, salah satunya yaitu Dealer Yamaha Amie Jaya Motor. Dealer Yamaha Amie Jaya Motor merupakan salah satu distributor sepeda motor Yamaha terbesar di Gunung Putri, Bogor. Bergerak dalam menjual berbagai macam item, sepeda motor diantaranya Yamaha Vega, Yamaha Jupiter, Yamaha Nouvo, Yamaha Mio, Yamaha Jupiter MX, Yamaha F1ZR, Yamaha Scorpio, dan Yamaha Vixion. Selain itu Dealer Yamaha Amie Jaya juga membuka bengkel dan menjual *spare part* sepeda motor Yamaha. Strategi ini dilakukan untuk memberi pelayanan dan kemudahan bagi pelanggan jika terjadi kerusakan atau masalah pada sepeda motornya, serta memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal layanan purna jual.

Dalam kelangsungan penjualan kendaraan di dealer Yamaha Amie Jaya Motor ini terdapat hambatan yaitu adanya pesaing baru dimana lokasinya berdekatan dengan dealer Yamaha di Amie Jaya Motor cabang Wanaherang. Hal ini menghambat tingkat penjualan sepeda motor dikarenakan konsumen mampu membandingkan produk sebelum mereka memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginan dan harapannya. Sehingga dampak yang paling dirasakan secara langsung adalah tingkat penjualan sepeda motor di Dealer Yamaha Amie Jaya Motor cabang Wanaherang menurun.

Berikut adalah laporan penjualan sepeda motor Yamaha untuk semua tipe di dealer Amie Jaya Motor cabang Wanaherang pada tahun 2017 dari bulan Januari – Mei 2017i dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Yamaha Untuk Semua Tipe
Pada Dealer Yamaha Amie Jaya Motor Cabang Wanaherang
Bulan Juni 2016 - Mei 2017

Bulan	Penjualan per unit	Persentase perubahan
Juni	191	-
Juli	201	10%
Agustus	178	(11%)
September	210	17%
Oktober	176	(16%)
November	203	15%
Desember	218	7%
Januari	189	(13%)
Februari	160	(15%)
Maret	178	11%
April	120	(10%)
Mei	89	(25%)

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

Tabel 1.1 menunjukkan penjualan sepeda motor Yamaha dari bulan Juni 2016 sampai dengan Mei 2017 yang cenderung fluktuatif. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2106 sebesar 218 dan penjualan terendah pada bulan Mei 2017 sebesar 89. Penjualan sepeda motor tersebut terjadi peningkatan dan penurunan selama tahun 2016 dan peningkatan dari bulan Februari ke bulan Maret sebesar 11%. Kemudian terus mengalami penurunan di bulan April sebesar 10% dan Mei sebesar 25%.

Keadaan tersebut terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan akhir yaitu membeli suatu produk dengan melihat kualitas produk, harga dan iklan. Penelitian ini menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha di

dealer Amie Jaya Motor Cabang Wanaherang. Jika keputusan pembelian cepat dan tepat, maka dalam pembelian ulang, konsumen tidak akan berpikir panjang dalam melakukan pembelian. Sehingga konsumen akan terus membeli produk tersebut dan tidak akan melakukan perpindahan produk, bahkan konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain, dan secara tidak langsung perusahaan mendapatkan keuntungan dari hal tersebut.

Dari latar belakang masalah di atas, maka dilakukan suatu penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Amie Jaya di Wanaherang Bogor.**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor?
3. Bagaimana pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor?

C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah penelitian di atas dan penelitian yang dilakukan terhadap dealer Amie Jaya Motor, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor.
- b) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor.
- c) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di dealer Amie Jaya Motor.

2. Kontribusi penelitian

Peneliti berharap penelitian ini memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat yang membacanya diantaranya berupa :

- a. Kontribusi praktik, bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan Amie Jaya Motor dalam rangka menentukan strategi untuk meningkatkan volume penjualan dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penurunan penjualan terhadap sepeda motor di wilayah Wanaherang Bogor.
- b. Kontribusi Akademik, dapat digunakan sebagai referensi pembaca dalam melakukan penelitian berikutnya mengenai ilmu pemasaran selain itu

penelitian ini dapat membantu menambah wawasan mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA