

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis kini membuat perusahaan lebih berorientasi kepada pelanggan. Perusahaan harus berfokus pada hal-hal yang menjadi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian mereka. Melalui beragam permintaan konsumen menjadikan banyak perusahaan berlomba-lomba dalam memperoleh konsumen. Untuk mendapat pembelian dari konsumen maka perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan persaingan harga produk, serta terus meningkatkan citra merek dari produk mereka.

Kualitas produk ialah hal penting pada sebuah usaha di bidang barang. Menurut Kotler dan Armstrong (2024:254) kualitas produk yakni karakteristik produk ataupun jasa dapat memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dan terjamin. Kualitas produk bisa memengaruhi keputusan konsumen pada pembelian. Semakin baik kualitas, semakin meningkat minat konsumen dalam membeli. Saat pemilihan konsumen pasti membuat pertimbangan berbagai unsur yang ada di produk, misalnya desain, ukuran, warna, dan sebagainya.

Merek ialah suatu logo, nama, istilah yang mampu identifikasi barang ataupun jasa dari penjual, alhasil menjadi pembeda dari pesaing yang di rancang untuk memuaskan kebutuhan yang serupa (Kotler dan Armstrong, 2024:255). Konsumen melihat merek ialah hal penting dari produk dan menambahkan nilai

pembelian yang di lakukan oleh konsumen. Merek juga dapat memberikan pernyataan tentang suatu kualitas dan konsistensi produk yang akan di beli, sehingga pembeli dengan merek sama akan mengetahui dirinya memperoleh manfaat beserta kualitas serupa tiap kali pembelian.

Citra merek yakni suatu pandangan konsumen di saat mengingat merek suatu produk (M. Anang, 2019: 60), persepsi tersebut terbentuk sesuai dengan pengalaman yang didapat oleh konsumen saat menggunakan produk atau jasa, dan di bandingkan beberapa merek lain terhadap jenis produk atau jasa serupa. (Michael Reinout, Yunita Budi, 2021)

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2024:312) adalah persepsi suatu nilai tukar yang dikorbankan guna mendapatkan manfaat barang atau jasa tertentu oleh kelompok ataupun individu di waktu atau tempat tertentu. harga yang ditentukan perusahaan harus berada di antara harga yang tidak terlalu rendah sehingga dapat mengurangi keuntungan perusahaan dan terlalu tinggi sehingga tidak dapat mendatangkan pelanggan.

Keputusan pembelian menurut Swastha dalam (Annisa dan Sri Setyo, 2020) proses di mana konsumen memahami keinginan dan kebutuhan mereka terhadap suatu produk. Proses ini melibatkan penilaian dari berbagai sumber informasi, penetapan tujuan pembelian, serta identifikasi alternatif yang ada. Akhirnya, konsumen membuat keputusan pembelian dan menunjukkan perilaku tertentu setelah pembelian dilakukan. Mendukung pendapat dari Indrawati (2015) dalam (Annisa dan Sri Setyo, 2020) tiap konsumen melaksanakan berbagai keputusan terkait pembelian, pencarian, penggunaan produk dan

merek di tiap suatu periode. Kemungkinan di mana konsumen berencana atau ingin membeli suatu barang atau jasa di masa depan, kemungkinan ini menyebabkan seseorang mencari sesuatu atau berusaha mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

Industri otomotif khususnya motor merupakan satu otomotif yang populer di Indonesia, baik untuk alat transportasi, hobi, atau koleksi. berikut adalah perbandingan pengguna motor dan mobil di Indonesia berdasarkan data dari badan pusat statistik (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/ntcjpg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>)

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)

Jenis Kendaraan	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Mobil Penumpang	14.830.698	15.592.419	15.797.746	16.413.348	17.168.862
Mobil Bis	222.872	231.569	233.261	237.566	243.450
Mobil Barang	4.797.254	5.021.888	5.083.405	5.299.361	5.544.173
Sepeda Motor	106.657.952	112.771.136	115.023.039	120.042.298	125.305.332
Jumlah	126.508.776	133.617.012	136.137.451	141.992.573	148.261.817

Sumber: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/ntcjpg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>

Berdasarkan data, disimpulkan sepeda motor ialah kendaraan yang menguasai pasar otomotif Indonesia. Penjualan motor di Indonesia dikontribusi oleh 4 merek besar yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat dari 4 merek motor besar di Indonesia 74,6% pengguna motor menggunakan merek motor Honda, diikuti dengan Yamaha

sebesar 15,7%, Kawasaki 0,6% dan Suzuki 0,3%, dan 8,8% tidak menggunakan motor. (<https://Blog.Jakpat.Net/Motorcycle-Use-In-Indonesia/>)

Berikut adalah data jumlah dan jenis kendaraan di Kota Malang didasarkan data badan pusat statistik (<https://malangkota.bps.go.id/subject/17/transportasi.html#subjekViewTab5>).

Tabel 1.2

Jumlah Kendaraan dan Jenis Kendaraan Di Kota Malang (Unit)

Kota Malang	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Mobil Penumpang	97,078	98,391	91,299	78,127	89,559
Bus	1,005	1,082	1,016	793	872
Truk	20,662	20,684	16,702	4,777	15,395
Sepeda Motor	477,687	482,816	361,329	283,581	348,960

Sumber: <https://Malangkota.Bps.Go.Id/Indicator/17/143/1/Jumlah-Kendaraan-Bermotor-Menurut-Kecamatan-Dan-Jenis-Kendaraan-Di-Kota-Malang.Html>

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa kendaraan bermotor merupakan kendaraan dengan jumlah terbanyak di Kota Malang yang menunjukkan jumlah penjualan otomotif motor di daerah Malang, penjualan tersebut tentu dipengaruhi oleh faktor yang bisa memengaruhi konsumen saat melaksanakan keputusan pembelian produk, misalnya harga, kualitas produk, merek.

Motor merek Yamaha ialah merek motor yang terkemuka di Indonesia. Yamaha berada di posisi ke2 di Indonesia (GrindOto.com Jangan Kaget, Segini Total Penjualan Motor di Indonesia Sepanjang 2023 <https://www.gridoto.com/read/223939335/jangan-kaget-segini-total-penjualan-motor-di-indonesia-sepanjang-2023>), dibuktikan dengan penjualan

yang terus meningkat setiap tahunnya tak terkecuali di Kota Malang. Terbukti dengan penjualan salah satu dealer Yamaha yang meningkat dari 2018 sampai 2023

Tabel 1.3

Penjualan Motor Yamaha Di Sentral Yamaha Malang

Jenis Motor	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Matic	1,017	1,275	604	831	1,439	1,717
Moped	42	47	32	11	32	72
Sport	139	101	311	70	141	120
Total	1,198	1,423	947	912	1,612	1,909

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2024

Brand ini berasal dari jepang dan kini tetap menjadi brand terbaik. Sebagai produsen kendaraan bermotor, Yamaha telah memperoleh reputasi yang kuat dengan berbagai produk unggulan mereka. Merek Yamaha dikenal karena dedikasinya terhadap inovasi teknologi dan desain yang menghasilkan kendaraan bermotor berkualitas tinggi. Dari sepeda motor sport hingga skuter, Yamaha menawarkan beragam model yang mencakup berbagai segmen pasar dan kebutuhan konsumen.

Selama bertahun-tahun, Yamaha telah berhasil membangun hubungan yang kuat dengan para pelanggannya melalui kualitas produk yang konsisten, *spare part* dan aksesoris orisinal yang mudah dijumpai, penggunaan teknologi terbaru, *fuel injection*, tampilan motor yang ramping dan *sporty*. Yamaha memiliki jejak rekam yang mengesankan dalam menyediakan kendaraan bermotor yang handal, efisien, dan memenuhi standar keamanan yang ketat.

Selain itu, Yamaha juga memperhatikan kebutuhan konsumen dengan menawarkan beragam fitur dan teknologi terkini di produk-produk mereka. Dari sistem penggerak yang canggih hingga fitur keselamatan terbaru, Yamaha terus berusaha untuk memperbarui dan meningkatkan portofolio produk mereka untuk memenuhi tuntutan pasar yang selalu berubah.

Di kota Malang sendiri terdapat 26 dealer resmi, dealer terbesar di Malang terdapat di Sentral Yamaha Malang tepatnya di Jalan Jenderal Basuki Rahmat nomor 40 Kayutangan Kec. Klojen. Dealer paling besar, tengah kota, layanannya banyak sehingga banyak pelanggan. Sentral Yamaha Malang juga menyajikan berbagai macam servis seperti pelayanan konsultasi pembelian maupun servis motor gratis, penjualan motor dan juga *spare part* yang asli dan lengkap, layanan servis untuk semua tipe motor Yamaha baik servis berat maupun servis ringan, Sentral Yamaha Malang juga menyediakan tempat yang nyaman dan gratis minuman untuk menunggu ketika melakukan pembelian atau servis motor.

Dari latar belakang tersebut, penulis tertarik melaksanakan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha (Studi Pada Konsumen Sentral Yamaha Malang)”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah mencakup:

1. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang?
2. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang?
3. Manakah variabel dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang.
3. Menentukan variabel berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian harapannya bermanfaat bagi:

1. Bagi universitas

Menambah pustaka dalam manajemen ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai referensi bagi akademisi untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian motor Yamaha pada konsumen Sentral Yamaha Malang.

2. Bagi perusahaan

Memberi informasi untuk bahan pertimbangan menerapkan strategi terkait pengaruh kualitas produk, harga, merek terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti

Menambah wawasan peneliti terkait pengaruh kualitas produk, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian, serta memberikan pengalaman praktis dari implementasi penelitian.