

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini, perkembangan pesat di bidang teknologi membawa dampak yang sangat besar bagi perusahaan kendaraan bermotor di Indonesia. Perkembangan di dunia transportasi terjadi karena kebutuhan masyarakat modern yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan melihat kebutuhan masyarakat tersebut menyebabkan perusahaan yang bergerak dalam industri transportasi khususnya produsen kendaraan bermotor dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan tersebut.

Persaingan bisnis otomotif saat ini ditandai dengan semakin banyaknya produk – produk sepeda motor yang bermunculan yang menawarkan berbagai jenis tipe dengan spesifikasi yang berbeda dari berbagai macam merek seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan lain – lain oleh perusahaan- perusahaan otomotif di Indonesia saat ini. Perusahaan juga berlomba - lomba untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan suatu produknya sehingga produk tersebut memiliki karakteristik yang unik di mata konsumen. Sehingga konsumen termotivasi untuk melakukan pembelian produk. Selain itu masih banyak hal lain yang perlu dipertimbangkan agar produk sepeda motor yang dihasilkan lebih diminati oleh masyarakat khususnya pasar otomotif, untuk itu setiap perusahaan harus bisa melihat situasi dan kondisi tersebut sehingga produsen mampu menciptakan produk sepeda motor yang unggul dan bisa memberikan nilai

keuntungan bagi konsumen, misalnya produk sepeda motor tersebut bisa memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan dan memberikan rasa percaya diri bagi konsumen sehingga konsumen mendapatkan kesenangan tersendiri dari produk tersebut. Karena keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor saat ini yaitu konsumen lebih cenderung memilih produk yang bisa memberikan nilai keuntungan.

Persaingan ini membawa dampak positif bagi konsumen. Saat perusahaan berlomba menawarkan produknya, konsumen dapat memilih sesuai kebutuhan. Dengan melihat permasalahan dalam persaingan yang terjadi saat ini sebenarnya konsumen juga harus lebih selektif dalam menyeleksi produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, karena hal tersebut akan menyangkut mengenai apakah produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri.

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Dalam keputusan membeli barang, konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Umumnya ada lima macam peranan yang dapat dilakukan seseorang. Ada kalanya kelima peran ini dipegang oleh satu orang. Namun, seringkali peranan tersebut dilakukan oleh beberapa orang. Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan - kebutuhan konsumen dan keinginan

konsumen. Kelima peran tersebut meliputi, pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer) dan pemakai (user).

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Sepeda Motor Nasional**

MEREK	TAHUN 2008		TAHUN 2009		TAHUN 2010		TAHUN 2011		TAHUN 2012	
	UNIT	%	UNIT	%	UNIT	%	UNIT	%	UNIT	%
HONDA	2,874,576	46.2	2,701,279	46.2	3,416,049	47	4,273,888	53.3	4,092,693	57.3
YAMAHA	2,465,389	39.7	2,650,895	45.3	3,326,380	45.8	3,136,073	39.1	2,433,354	34.1
SUZUKI	794,622	12.8	438,132	7.5	446,897	6.2	493,125	6.2	465,630	6.5
OTHERS	79,697	1.3	61,264	1	71,301	1	109,745	1.4	149,909	2.1
TOTAL	6,214,284	100	5,851,570	100	7,260,627	100	8,012,831	100	7,141,586	100

Sumber : Oleh Asnil Bambang Amri - Selasa, 08 Januari 2013 diakses tanggal 18 Februari 2013 (<http://industri.kontan.co.id/news/penjualan-sepeda-motor-terjungal-hingga-112>)

Data penjualan sepeda motor nasional di atas menunjukkan bahwa sepeda motor Yamaha mengalami penurunan penjualan secara bertahap yang membuat sepeda motor Yamaha selalu menduduki dominasi pada urutan kedua hal ini dapat terlihat pada periode tahun 2011 dan 2012 pada kurun waktu dua tahun tersebut penjualan sepeda motor Yamaha berangsur-angsur menurun. Pada tahun 2011, sepeda motor Yamaha mengalami penurunan sebesar 190.307 unit dibandingkan dengan tahun 2010. Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2012 penjualan sepeda motor Yamaha juga mengalami penurunan sebesar 702.719 unit dibandingkan

tahun 2011. Sedangkan di satu sisi, perusahaan kompetitor utama Yamaha yaitu Honda sedang mengalami tren peningkatan penjualan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan
2. Pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, agar ruang lingkup permasalahan yang diteliti di atas terarah dan tidak meluas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada hubungan kualitas produk dan motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara kualitas produk dan motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk

1. Mengetahui dan memberikan penjelasan tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan.

2. Mengetahui dan memberikan penjelasan tentang pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Medan.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat antara lain sebagai berikut:

##### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta

untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran khusus mengenai pengaruh kualitas produk dan motivasi terhadap keputusan pembelian suatu produk.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai tambahan Informasi dan masukkan kepada pihak Perusahaan dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan konsumen.

c. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literature kepustakaan Universitas di bidang penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan motivasi terhadap keputusan pembelian suatu produk.

d. Bagi Pihak Lain

Sebagai salah satu bahan informasi yang berguna serta dapat memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran.