

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini persaingan otomotif semakin ketat. sejatinya otomotif Indonesia sudah dimulai hampir seabad yang lalu pada 1927. Puluhan tahun berselang, motor yang kemudian menjelma menjadi salah satu kerajaan bisnis otomotif terbesar di Indonesia. Potensi pasar otomotif Indonesia sangatlah besar, dengan pertumbuhan perekonomian nasional di atas 5% menjadi keuntungan tersendiri bagi sektor otomotif Indonesia, ditengah perlambatan ekonomi global. Semakin berjalannya waktu kebutuhan transportasi saat ini menjadi hal yang paling penting bagi semua masyarakat karena untuk mengantarkan mereka ke setiap tujuan yang akan dituju, mulai dari transportasi darat, laut, dan udara saling mengisi kebutuhan dari masyarakat itu sendiri. Dengan adanya transportasi tersebut maka semua orang akan dimudahkan untuk bepergian kemanapun. Seiring bertambahnya jumlah penduduk yang ada, maka banyak pula kendaraan bermotor yang berada di jalan raya, sehingga kemacetan tidak bisa terhindarkan lagi apalagi di kota-kota besar yang saat ini banyak menampung kendaraan bermotor. Dalam hal ini banyak masyarakat yang akhirnya memilih kendaraan roda dua guna untuk proses kepraktisan untuk menghindari kemacetan yang ada. Karena dengan roda dua banyak celah yang bisa dilewati antara roda empat yang terkena macet. Sehingga roda dua menjadi salah satu pilihan alternatif untuk menghemat waktu dan sampai tujuan tepat waktu.

Industri sepeda motor di Indonesia khususnya sepeda motor matic saat ini menunjukkan suatu fenomena yang menarik, di tengah tekanan adanya berbagai tantangan seperti munculnya mobil ramah lingkungan, kenaikan harga bahan bakar minyak, persaingan diantara perusahaan sepeda motor yang ketat, pembatasan jumlah kepemilikan kendaraan bermotor lewat pajak progresif, serta uang muka (dp) kredit kepemilikan sepeda motor yang naik sangat besar, namun para produsen sepeda motor yang tergabung dalam Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tetap optimis dapat mampu meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Ketatnya persaingan pada jenis kendaraan sepeda motor membuat para perusahaan

berinovasi terhadap atribut-atribut yang melekat pada produknya agar menarik minat konsumen untuk membelinya. (Joel, *et. al*, 2014)

Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen. Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah minat beli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. (Annafik dan Rahardjo, 2012)

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat membeli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandasi suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan. (Swastha dan Irawan, 2001)

Permintaan dan prioritas pelanggan yang selalu berubah untuk fitur produk memaksa produsen untuk menghasilkan produk berkualitas, yang memiliki dampak signifikan pada kinerja produk atau layanan. Kualitas produk dengan demikian terkait dengan nilai dan kepuasan pelanggan, keduanya sangat penting untuk alat pemosisian produk pemasar. Dalam lingkungan yang kompetitif dan pasar yang dinamis ini, perusahaan manufaktur roda dua tidak dapat bertahan tanpa mengetahui kekuatan dan kelemahan produknya. Produsen harus memperkuat diri terhadap ancaman dari lingkungan pasar dan mengeksploitasi kekuatan mereka atau meningkatkan laba. Untuk melakukannya, perusahaan harus melakukan survei rutin untuk memahami pendapat, kebutuhan dan preferensi pelanggan sebagai bagian dari menggabungkan "suara pelanggan". (Kottala, 2016)

Iklan telah menjadi salah satu kegiatan komersial yang paling penting dalam lingkungan persaingan modern. Perusahaan menghabiskan sebagian besar anggaran mereka untuk memproduksi dan menjalankan iklan untuk promosi guna menyampaikan informasi tentang perusahaan dan produk mereka. Perusahaan berharap bahwa konsumen akan membeli produk mereka karena iklan, yang menyampaikan pesan tentang merek tertentu dan produknya.

Daya tarik iklan (*advertising appeal*) akan memberikan beberapa efek (*advertising effect*) dalam sebuah produk. Efek yang muncul beragam, bisa positif bisa negatif tergantung cara penyampaian dan penerimaan konsumennya. Biasanya dengan iklan yang menarik, konsumen akan lebih mengingat produk tersebut dan dapat memberikan informasi kepada konsumen. Dengan adanya daya tarik seperti gambar atau bahasa, konsumen akan lebih percaya terhadap kelebihan produk yang sedang dipromosikan. Selain itu, iklan, dapat memberikan dampak terhadap volume penjualan, hal ini dikarenakan melalui iklan, suatu perusahaan melakukan promosi guna menggugah minat beli konsumen untuk melakukan pembelian sehingga menyebabkan volume penjualan dapat meningkat. (Sasmita, 2015)

Dibawah ini adalah beberapa contoh gambar dari suatu produk:



Gambar 1.1 Iklan Suatu Produk

pada saat ini, pangsa pasar sepeda motor masih dikuasai oleh produsen Honda. Yamaha sebagai pesaing terdekat Honda pada beberapa tahun terakhir justru kehilangan pasarnya, walaupun secara umum Yamaha juga terus berkembang untuk mengikuti permintaan dan perkembangan konsumen, tetapi tetap saja masih belum dapat menjadi pemimpin pasar. Bahkan, untuk target penjualan Yamaha banyak yang tidak dapat terpenuhi.

Tabel 1.1 Perbandingan Spesifikasi Honda PCX dan Yamaha NMAX

DIMENSI		
	HONDA PCX	YAMAHA NMAX
(P x L x T)	1.923 x 745 x 1.107 mm	1.955 x 740 x 1.115 mm
Jarak sumbu roda	1.313 mm	1.350 mm
Ground clearance	137 mm	135 mm
Kapasitas Tangki	8 liter	6,6 liter
Tinggi jok	764 mm	765 mm
Berat Isi	131 kg (CBS) dan 132 kg (ABS)	127 kg
MESIN		
	HONDA PCX	YAMAHA NMAX
Tipe Mesin	4-tak, SOHC, PGM-FI, Pendingin cairan , eSP	4-tak, FI, SOHC, VVA
Kapasitas	149,3 cc	155 cc
Diameter x Langkah	57,3 x 57,9 mm	58 x 58,7 mm
Rasio kompresi	10,6 : 1	10,5 : 1
Tenaga maksimal	14,4 tk @8.500 rpm	14,8 tk @8.000 rpm
Torsi maksimal	13,2 Nm @6.500 rpm	14,4 Nm @6.000 rpm

FREAME		
	HONDA PCX	YAMAHA NMAX
Tipe rangka	Double cradle	Underbone
Suspensi	Depan teleskopik, belakang twin	Depan teleskopik, belakang twin
Ukuran ban	Depan 100/80 -14 M/C (tubeless), belakang 120/70 -14 M/C (tubeless)	Depan 110/70 -13 M/C 48P, belakang 130/70 -13 M/C 63P
Rem	Depan cakram, CBS, hidrolik 3 titik, ABS, belakang cakram	Depan Single Disc Brake (ABS), belakang Single Disc Brake (ABS)

Dari tabel 1.1 diatas terlihat Perbandingan Spesifikasi Honda PCX dan Yamaha NMAX ketika membandingkan Honda PCX dengan Yamaha NMAX keduanya itu sekarang berstatus sudah setara, sama-sama produksi local dan dilepas harga tidak jauh berbeda. Memandangkan dari data spesifikasi masing-masing produk Yamaha NMAX lebih panjang dan tinggi, tapi Honda PCX lebih lebar. Jarak sumbu roda Honda PCX jauh lebih pendek, yaitu 1.313 mm dibandingkan Yamaha NMAX yang panjangnya 1.350 mm. Jadi semakin pendek akan semakin lincah, tapi ada pengaruh pada kestabilan ban belakang semua ini ada plus-minus mempunyai kelebihan masing-masing. Honda PCX sudah pasti akan lebih lincah dan tidak berat saat menikung, tapi Yamaha NMAX akan sangat stabil saat melesat dikecepatan tinggi. Ground clearance Yamaha NMAX lebih pendek dibandingkan Honda PCX, tapi tinggi jok Yamaha NMAX lebih tinggi akan banyak pengaruhnya pada kenyamanan. Perbandingan tenaga, kapasitas mesin 149,3 cc, dengan bore x stroke 57,3 x 57,9 mm. Bahwa mesin Honda PCX ini adalah generasi terbaru teknologi eSP salah satunya mungkin dari mapping ECU. Sementara Yamaha NMAX berkapasitas mesin 155 cc, diameter piston (bore) x langkah (stroke) 58 x 58,7 mm. Tenaga yang dihasilkan Yamaha NMAX mencapai 14,8 tk @8.000 rpm, dan torsi puncak 14,4 Nm @6.000 rpm, sementara tenaga yang bisa dihasilkan Honda PCX sampai 14,4 tk @8.500 dan torsi 13,2 Nm @6.000 rpm. Sedangkan Honda sebagai kompetitor utama selalu mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha memang belum mampu mengalahkan penjualan

sepeda motor Honda, yang sampai saat ini masih menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia. Penurunan ini disebabkan sedikitnya varian baru yang diluncurkan Yamaha sedangkan Honda mengeluarkan Honda PCX yang menarik minat konsumen dengan gaya retronya yang akhirnya direspon Yamaha dengan mengeluarkan Yamaha NMAX dan di awal tahun 2015.

Yamaha senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Saat ini Yamaha menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk membedakan dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen Yamaha juga selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada setiap produknya. Misalnya Yamaha NMAX, sepeda motor berjenis skuter matic yang menggunakan mesin injeksi. Selain konsumsi bahan bakar yang lebih irit Yamaha NMAX juga menampilkan body yang elegan dan desain yang menawan.

Yamaha juga memberikan kemudahan untuk melakukan servis, dikarenakan Yamaha membuka banyak bengkel resminya contohnya di daerah kota Bekasi terdapat kurang lebih 29 bengkel resmi seperti tabel dibawah ini.

Tabel 2.2 Nama-Nama Bengkel Service Resmi Yamaha di Bekasi

NO.	NAMA BENGGEL	ALAMAT
1.	BRILYAN MOTOR	JL.RAYA TAMAN NAROGONG INDAH Blok.A6 NO.2 RT.001/030 RAWA LUMBU (Service & Sparepart Rshop FI Ready)
2.	MANDIRI LUAS JAYA	JL.PROF.MOH YAMIN NO.98 KP.CEREWET DUREN JAYA, 02188354086 (Service & Sparepart FI Ready)
3.	ANUGRAH SAKTI MOTOR	JL.KH.AGUS SALIM NO.50M, 02188350813 (Service & Sparepart FI Ready)

4.	TABRANI JAYA MOTOR	JL.KH.TABRANI KAV.C1-10 RT003/03 KEL.MARGA MULYA, 02188962756 (Service & Sparepart FI Ready)
5.	BENNY MOTOR	JL.IR.H.JUANDA NO.16, 0218846205 (Service & Sparepart FI Ready)
6.	KALIABANG MOTOR	JL.RAYA KALIABANG BUNGUR NO.97 RT.04/.02 (Service & Sparepart)
7.	ALIYA MOTOR	JL.PERJUANGAN NO.48 TELUK PUCUNG, 02189134796 (Service & Sparepart FI Ready)
8.	WELLY MOTOR	JL.PULAU MALUKU RAYA C1 NO.21 PERUMNAS 3 0218802022 (Service & Sparepart FI Ready)
9.	CIPTA PERKASA MOTOR	JL.KARANG SATRIA NO.2 KP.CEREWET RT.003/016 DUREN JAYA (Service & Sparepart Rshop)
10.	PURNAMA JAYA MOTOR	JL.RAYA KALIABANG TENGAH NO.34 (Service & Sparepart FI Ready)
11.	PT.YEFTA SEJATI MOTOR	JL.BINTARA RAYA RT.006/02 KEL.BINTARA, BEKASI BARAT, 02129361744)
12.	IWATA MOTOR	JL.BOULEVARD HIJAU RAYA BLOK.B1 NO.7 PERUM HARAPAN INDAH, 02188866151 (Service & Sparepart Rshop 46 ASIA FI Ready)
13.	AON MOTOR II	JL.SULTAN AGUNG No.3E-F PONDOK UNGU, 0218849555 (Service & Sparepart)
14.	DION MOTOR	JL.RAYA BEKASI KM.27 NO.8 PONDOK UNGU, 0218854441 (Service & Sparepart FI Ready)
15.	SETIA ASIH MOTOR	JL.KP.BOGOR RT.01/12 SETIA ASIH, BEKASI UTARA, 02188991044 (Service & Sparepart Rshop FI Ready)

16.	JATIWARINGIN MOTOR	JL.RAYA JATIWARINGIN NO.3C, 0218479667 (Service & Sparepart FI Ready)
17.	JAYA MOTOR JATI ASIH	JL.RAYA JATIASIH NO.45, 0218223964 (Service & Sparepart Rshop)
18.	EDDY MOTOR	JL.DELIMA RAYA CB-I NO.2 HARAPAN BARU, 0218864046 (Service & Sparepart)
19.	PEKAYON MOTOR	JL.RAYA PEKAYON, JATI ASIH No.27C, 02182420431 (Service & Sparepart)
20.	MANDALA MOTOR	JL.RAYA JATIMAKMUR RT.007/011 JATIMAKMUR PONDOK GEDE, 02184995400 (Service & Sparepart Rshop FI Ready)
21.	TUNAS MOTOR NAROGONG	JL.SILIWANGI KM.4,5 BOJONG RAWA LUMBU, BEKASI, 02170120309 (Service & Sparepart)
22.	CV.PELITA MOTORINDO	JL.RAYA JATIMAKMUR RT.007/011 JATIMAKMUR PONDOK GEDE, 02184995400 (Service & Sparepart Rshop FI Ready)
23.	MIKI MOTOR 2	KP.KEMANG DUSUN III RT.003/007 JATI KRAMAT, JATIASIH, 02184973826 (Service & Sparepart Rshop FI Ready)
24.	GALAXI MOTOR	RUKO AUTO CENTER GALAXI BLOK.HR NO.12A KEL.JAKASETIA KEC.BEKASI, 0218608980 (Service & Sparepart FI Ready)
25.	BILLY MOTOR	JL.RAYA SETU BANTAR GEBANG RT.03/04, 0218200571 (Service & Sparepart FI Ready)
26.	KING'S 2 MOTOR	KP.RAWA BOGOR RT.03/03 (JL.RAYA KODAO BEKASI) (Service & Sparepart FI Ready)
27.	KIYOTA MOTOR	JL.PENGASINAN RAYA-1 NO.130B RT.01/02 KEL.PENGASINAN, 02182614449 (Service & Sparepart FI Ready)

28.	FORTUNA MOTOR	JL.JEND.SUDIRMAN KOMP.RUKO-16 NO.8-10, 0218853350 (Service & Sparepart sales FI Ready Premium Shop)
29.	GARUDA SAKTI MOTOR 2	JL.RAYA KRANGGAN RT.01/05 KEL.JATISAMPURNA, KEC.JATISAMPURNA, 02184590346 (Service & Sparepart Rshop)

1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX?
3. Apakah terdapat pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, citra merek dan daya tarik iklan secara bersama-sama terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai

:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan daya tarik iklan secara bersama-sama terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan PT. Yamaha Motor Indonesia dalam rangka menentukan strategi penentuan pengambilan keputusan mengenai produk untuk lebih meningkatkan penjualan dan mengetahui faktor manakah yang paling mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha.

2. Manfaat Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan tambahan informasi dalam proses pembelian produk sepeda motor Yamaha NMAX.

1.5 Batasan Masalah

Dalam permasalahan yang harus diselesaikan diatas maka perlu adanya pembatasan masalah yang ruang lingkupnya agar dalam melakukan penelitian hanya berfokus pada kualitas produk, citra merek, dan daya tarik iklan dengan meningkatkan minat beli sepeda motor Yamaha NMAX.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya dalam 3 Bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menggunakan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metodologi penelitian serta analisa apa saja yang tepat digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pendeskripsian objek penelitian serta pembahasan mengenai hasil analisis tersebut

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta implikasi manajerial untuk perusahaan dan pembaca.