

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, baik produk maupun jasa. Era globalisasi sekarang ini kemajuan industri otomotif menjadi semakin pesat, sehingga beberapa perusahaan otomotif dunia berlomba-lomba untuk dapat memperluas pangsa pasar, salah satu perusahaan otomotif di Indonesia yang selalu bersaing dengan kompetitor-kompetitor nya yaitu PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dengan mengeluarkan produk sesuai perkembangan otomotif di dunia.

Berbagai jenis motor telah diciptakan untuk memenuhi kebutuhan khusus nya motor matic yang saat ini lebih digemari dibandingkan motor bebek dan banyaknya produsen berlomba-lomba untuk menghadirkan sepeda motor matic. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dituntut mempunyai strategi yang tepat untuk memenuhi target penjualan. PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing mempunyai banyak distributor yang tersebar di seluruh Indonesia, Seiring dengan perkembangan di dunia sepeda motor matic perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan sepeda motor matic skuter matik hybrid yaitu jenis motor menggunakan lebih dari satu sumber energi untuk beroperasi yaitu bensin dan listrik. Yamaha fazzio adalah pionir 2 skuter hybrid 2022 merupakan terobosan baru Yamaha menghadirkan skuter hybrid ini untuk menarik keputusan pembelian 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 membeli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.

Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yang pertama yaitu kualitas produk, kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Untuk menjamin kualitas produk Yamaha nya menjadi produk yang baik memberikan beberapa keunggulan yaitu dengan memberikan garansi ketika 3 terjadi kerusakan dan service motor gratis dengan jangka waktu yang ditentukan.

Selain kualitas produk yang baik promosi yang bagus akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. promosi yang tinggi

akan menciptakan kesan positif di benak konsumen terhadap suatu produk promosi adalah usaha dari perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu para calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur bauran pemasaran, kebijakan promosi ini tidak terlepas dari kebijakan terpadu bauran pemasaran, sehingga keberhasilan atau keefektifannya sangat tergantung pada kebijakan pemasaran lainnya sebagai satu kesatuan. Dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa promosi merupakan aktivitas pemasaran yang memperkenalkan atau menginfokan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian.

Di sisi lain, Desain produk merupakan salah satu faktor yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Dengan adanya perbedaan desain produk, konsumen mampu membedakan produk satu dengan yang lain dan mampu menjadi identitas suatu produk. Setiap produk pasti memiliki desain tersendiri yang diciptakan oleh produsen untuk membentuk ciri khas dari produk tersebut dan sebagai cara untuk menarik minat calon konsumen dalam melakukan pembelian. Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga untuk bertujuan memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan bersaing.

Tabel 1. 1

Data Pembelian Sepeda Motor Yamaha fazzio Di PT Yamaha Mega Bekasi
bulan Januari 2023 – Desember 2023

Bulan	Penjualan per unit	Target penjualan	Presentase perubahan
Januari	101 unit	150 unit	-
Februari	86 unit	150 unit	14,85 %
Maret	83 unit	150 unit	3,48 %
April	71 unit	100 unit	14,45 %
Mei	68 unit	100 unit	4,22 %
Juni	61 unit	100 unit	10,29 %
Juli	59 unit	100 unit	3,27 %
Agustus	50 unit	50 unit	15,25 %
September	45 unit	50 unit	10 %
Oktober	37 unit	50 unit	17,77 %
November	35 unit	100 unit	0,05 %
Desember	30 unit	100 unit	14,28 %

Sumber: PT Yamaha Mega Bekasi Tahun 2023

Dilihat dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan penjualan Yamaha fazzio selama delapan bulan pada PT Yamaha Mega Bekasi. Dimana pada bulan januari penjualan Yamaha fazzio 101 unit, kemudian pada bulan februari menurun -14,85 persen dari bulan sebelumnya dan bulan maret menurun -3,48 persen dari bulan sebelumnya dan seterusnya Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian terhadap Yamaha fazzio mengalami penurunan. keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana

barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka menurut Kotler dan Keller (2022). Penurunan penjualan tidak dapat dibiarkan terus menerus terjadi. Dengan kondisi tersebut pihak perusahaan harus mencari penyebab menurunnya penjualan, untuk itu perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian konsumen.

Berikut penulis mencantumkan beberapa jurnal penelitian mengenai variabel bebas dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul Sukriani, tentang keputusan konsumen membeli sepeda motor, studi kasus pada Sepeda Motor Merek Honda di PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru. Menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli sepeda motor adalah variabel promosi, citra merek. (Sukriani, 2018)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herdiyanti, tentang keputusan pembelian sepeda motor, studi kasus pada sepeda Motor Yamaha Mio Ciamis. Menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu variabel harga, kualitas produk, dan citra merek. (Herdiyanti, 2017)

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA FAZZIO (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen di Kota Bekasi?
2. Bagaimana Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi?
3. Bagaimana Pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi?
4. Bagaimana Pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen di Kota Bekasi.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha fazzio pada konsumen Kota Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai Pengaruh kualitas produk, promosi, dan desain Terhadap Keputusan Pembelian.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis
 - c. Memberikan keterampilan dalam dunia promosi sehingga memberikan pertimbangan dalam dunia penjualan.
2. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mampu menunjang dan meningkatkan jumlah penjualan secara efektif dan efisien sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.
3. Bagi Pihak Lain Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisan dibagi dalam lima bab yang secara garis besar disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang teori teori

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas Metodologi, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi perihal tentang profil, hasil analisis data, pembahasan (diskusi) hasil penelitian.

BAB V : HASIL PEMBAHASAN

Bab ini terdapat pembahasan mengenai kesimpulan saran.