

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dalam bidang industri otomotif saat ini bertumbuh dengan sangat pesat, khususnya pada industri sepeda motor. Hal tersebut dikarenakan sepeda motor merupakan salah satu alternatif yang mampu mempermudah dan memperlancar seseorang dalam mencapai tempat tujuannya dengan cepat. Dibandingkan dengan alat transportasi lainnya, sepeda motor menjadi favorit bagi sebagian kalangan masyarakat sebagai kendaraan pribadi karena dianggap paling efektif dan efisien. Selain memberikan kemudahan dalam akses jalan yang macet untuk mengefisienkan waktu tempuh, berkendara dengan sepeda motor mampu meminimalisir pengeluaran biaya yang besar untuk pembelian bahan bakar.

Persaingan industri otomotif di Bali berlangsung dengan sangat ketat, hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya jenis dan merek sepeda motor yang beredar dipasaran. Namun pada akhirnya yang menentukan laku tidaknya merek sepeda motor berada pada keputusan pembelian konsumen terhadap salah satu merek yang mampu menarik minatnya. Salah satu perusahaan otomotif yang ikut ambil alih dalam persaingan industri sepeda motor adalah Yamaha, dimana perusahaan ini merupakan salah satu produsen sepeda motor terbesar didunia setelah Honda yang sudah bisa menghasilkan berbagai macam merek sepeda motor,

(Info Tempo.co). Bulan Februari 2015 lalu Yamaha resmi meluncurkan dan memperkenalkan produk sepeda motor terbarunya dengan merek N-MAX kepada masyarakat luas. Yamaha N-MAX merupakan skuter *matic* premium kelas 150 cc yang memiliki tampilan lebih efisien, bertenaga dan handal serta dilengkapi dengan teknologi *blue core*.

Semenjak diluncurkan Yamaha N-MAX menjadi sepeda motor yang sangat diminati oleh kebanyakan kalangan masyarakat. Maha Surya Motor Singaraja merupakan salah satu *dealer* di Jl. Ngurah Rai yang menyediakan berbagai jenis merek sepeda motor Yamaha salah satunya adalah Yamaha N-MAX, minat beli masyarakat terhadap sepeda motor Yamaha N-MAX terbilang sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari penjualan sepeda motor Yamaha N-MAX yang terus mengalami peningkatan setiap bulan pada periode September-November tahun 2018 dibandingkan dengan sepeda motor merek Yamaha lainnya seperti Yamaha LEXI, AEROX, MIO S dan FINO. Pada bulan Oktober jumlah penjualan sepeda motor Yamaha N-MAX mengalami peningkatan sebesar 23.53 % dan pada bulan November penjualannya kembali mengalami peningkatan sebesar 14.28% (Lampiran 01). Tingginya penjualan sepeda motor Yamaha N-MAX diakibatkan karena tingginya tingkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dalam pembeliannya seorang konsumen terkadang melakukan evaluasi terhadap beberapa alternatif suatu produk, serta mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang membuatnya yakin dalam mengambil keputusan untuk membeli. Tingginya keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX diduga karena dipengaruhi oleh kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Pernyataan tersebut mendukung pendapat dari Suswardji dkk (2012) dan Suatman (2013) mengatakan

bahwa atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur dan desain merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Nasution (2016) membuktikan kualitas produk, desain produk dan fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel pertama yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menggambarkan tentang kemampuan dari suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang terdiri atas daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler dan Armstrong, 2008). Secara umum suatu produk bisa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan dari konsumennya. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan akan menimbulkan daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian Tamunu (2014) membuktikan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan Pradana (2017) juga membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian dari Rawung (2015) menemukan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, kelengkapan fitur yang mendukung akan mampu menambah fungsi dan manfaat utama dari sebuah produk. Fitur sering kali digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk yang dimiliki perusahaan dengan produk yang dimiliki oleh pesaing. Menjadi perusahaan pertama yang memperkenalkan produk dengan fitur baru dan sesuai dengan kebutuhan konsumen merupakan salah satu cara yang efektif dalam bersaing. Produk yang dilengkapi

dengan fitur-fitur yang canggih dapat memicu minat beli konsumen, dari minat beli tersebut pada akhirnya akan mengarah pada keputusan untuk membeli produk. Hasil penelitian Amron (2018) membuktikan fitur produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Novitasari (2017) juga membuktikan fitur produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun hasil dari penelitian Marisha (2018) menemukan fitur tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Produk yang berkualitas dan dilengkapi fitur-fitur yang canggih jika tidak didukung dengan bentuk desain yang baik, dapat berdampak pada kurangnya daya tarik produk tersebut dimata konsumen. Seorang konsumen tidak hanya melihat suatu produk dari fungsi, manfaat dan harga saja, namun juga memperhatikan nilai estetika desain produk yang bersangkutan. Konsumen terkadang menggunakan tampilan desain produk sebagai dasar untuk mengambil keputusan pembelian sebuah produk. Hasil penelitian Amron (2018) membuktikan desain produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Afandi (2017) juga membuktikan desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun dalam penelitian Filia (2018) menemukan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas penulis sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2016) dengan menggunakan konsep yang sama yaitu kualitas produk, fitur produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Namun dalam penelitian ini menggunakan objek yang berbeda yaitu sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja, karena sepeda motor Yamaha N-MAX memiliki kualitas yang baik, fitur yang lengkap dan desain

menarik yang sangat diminati oleh kalangan masyarakat luas dibandingkan dengan sepeda motor merek lainnya. Hal tersebut menjadi landasan kuat bagi peneliti akan perlunya dilakukan penelitian yang berfokus pada “Pengaruh Kualitas Produk Dan Fitur Produk Serta Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut.

1. Semakin banyaknya jenis sepeda motor yang beredar dipasaran membuat perusahaan harus mampu memenangkan persaingan dalam menciptakan sepeda motor dengan kualitas yang terbaik.
2. Semakin berkembangnya teknologi dalam industri sepeda motor, membuat perusahaan harus menemukan teknologi dengan fitur-fitur terbaru agar dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli.
3. Semakin beragamnya jenis desain produk sepeda motor yang ditawarkan oleh perusahaan membuat konsumen kesulitan dalam menjatuhkan pilihannya untuk membeli.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka penulis perlu memberikan batasan terhadap permasalahan, penelitian ini hanya dibatasi pada kualitas produk, fitur produk, desain produk, keputusan pembelian dan sepeda Motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan fitur produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja?
3. Apakah ada pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja?
4. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas produk dan fitur produk serta desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja.
2. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja.
3. Menguji pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja.
4. Menguji pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis bagi semua pihak. Berikut penjelasan secara rinci manafaat dari hasil penelitian tersebut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dibidang Manajemen Pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, fitur produk, desain produk dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan yang berguna bagi para pelaku pasar terutama pemilik Maha Surya Motor Singaraja sebagai bahan atau dasar pertimbangan perusahaan dalam memaksimalkan kualitas produk, fitur produk dan desain produk untuk dapat menarik minat beli.

