

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya teknologi, dunia bisnis mulai memperluas sektor pasar mereka. Dengan mengarah kepada target pasar yang lebih luas, persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah dan strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki, mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa adanya strategi yang jitu perusahaan tidak akan mampu bertahan karena seiring waktu *competitor* akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali pada industri sepeda motor. Perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan dengan cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan dengan cepat, maka dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Secara umum, transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan orang atau barang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini sudah menjadi kebutuhan primer dibandingkan dengan alat transportasi umum, sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk menggunakan

alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Perkembangan dunia otomotif di Indonesia saat ini memicu semakin banyak variasi, model ataupun desain hingga kemajuan fungsional dari transportasi salah satunya yaitu sepeda motor. Salah satu produsen otomotif yang berkembang di Indonesia adalah Yamaha. Saat ini, Yamaha merupakan salah satu produk andalan di Indonesia dikarenakan kualitas produk Yamaha dan juga citra merek yang berkualitas. Produk Yamaha mampu menjadi salah satu produk andalan, karena kualitas produk dan juga citra merek yang berkualitas yang mendukung masyarakat untuk membeli produk tersebut. Tidak ingin kalah dengan produsen lain ditengah persaingan produk sepeda motor bertransmisi otomatis yang semakin kompetitif dari waktu ke waktu, Yamaha mengeluarkan produk dengan segmen skutermatik untuk memuaskan konsumen yaitu Yamaha NMAX. Yamaha NMAX adalah sebuah [skuter](#) yang bertransmisi otomatis yang diproduksi oleh [Yamaha](#) di Indonesia sejak tahun 2015. Skuter ini pertama kali diluncurkan secara resmi pada tanggal 7 Februari 2015 di [Sirkuit Sentul](#), [Bogor](#), [Jawa Barat](#). Basis produksi skuter ini berada di Indonesia dan sudah diekspor ke berbagai negara sebagai model skuter global Yamaha. NMAX disukai, berkat modelnya yang cocok dengan karakter orang Bali. Seluruh varian generasi terbaru Nmax telah didukung dengan suspensi depan teleskopik dan suspensi belakang model ganda yang telah dilengkapi tabung atau subtank rear suspension. Adapun subtank rear suspension berfungsi untuk menjaga tekanan oli pada tabung yang berada di bagian shockbreaker agar tetap tinggi sehingga dapat meredam benturan saat berkendara. Selain itu, suspensi belakang All New NMAX 155 Connected ABS juga dapat disetel preloadnya dalam dua level. Level pertama diperuntukan untuk

berkendara seorang diri karena bersifat lebih empuk. Sementara, level kedua untuk berkendara berdua atau berboncengan karena suspensi dibuat sedikit lebih keras untuk mencegah terjadinya bottoming. Yamaha juga memberikan kenyamanan berkendara bagi setiap pengguna Nmax seri terbaru. Hal tersebut dibuktikan melalui desain motor yang menghadirkan segitiga ergonomi dengan baik dan proporsional agar dapat menopang tubuh pengendara dengan sempurna. Dengan demikian, pengguna All New Nmax 155 Connected ABS tidak mudah lelah selama perjalanan. Selain itu, pada posisi kaki, Yamaha memberikan dua opsi pijakan berkendara sehingga pengguna motor dapat lebih fleksibel dalam meletakkan kakinya. Pertama, di pijakan normal. Pijakan ini akan membuat kaki membentuk posisi 90 derajat. Kedua, pijakan di bagian atas untuk meluruskan posisi kaki ala motor cruiser. Pijakan ini membuat posisi berkendara jadi lebih santai dan rileks. Dari segi keamanan berkendara, kendaraan roda dua andalan Yamaha tersebut memiliki keunggulan lebih dibanding kompetitornya karena sudah dilengkapi dengan fitur Traction Control System (TCS) dan Dual Channel ABS. Fitur TCS sendiri berfungsi mencegah ban belakang kehilangan traksi atau selip saat sedang berakselerasi di permukaan jalan yang licin dengan memanfaatkan perangkat sensor yang terhubung ke Engine Control Unit (ECU). Pada mode default atau setelan standard pabrikan, fitur TCS akan selalu berada dalam keadaan aktif. Namun, pengendara juga bisa menonaktifkannya dengan menekan tombol switch control yang terletak di kiri stang kemudi. Adapun tampilan menu fitur tersebut dapat dilihat di layar speedometer. Sementara, untuk Dual Channel ABS, fitur ini berperan mengoptimalkan fungsi pengereman kedua roda agar lebih stabil dan tidak mengunci saat melakukan pengereman mendadak

(hard braking). Sebagai informasi, saat ini fitur ABS Dual Channel baru tersedia pada motor All New NMAX untuk kelas matik premium 150 - 160 cc. Pada bagian ban, All New Nmax juga masih menggunakan pelek berukuran 13 inci dan ban tubeless dari IRC dengan ukuran lebar 110/70-13 di bagian depan dan 130/70-13 di bagian belakang. Berkat ukuran bannya yang lebar mampu memberikan kestabilan dan daya cengkram ke aspal dengan baik. Performa maksimal Salah satu alasan mengapa Yamaha All New Nmax 155 Connected ABS begitu digemari oleh masyarakat adalah karena performanya yang mumpuni. Hal tersebut dapat dilihat dari mesin Blue Core 155cc yang memiliki tenaga hingga 15,15 horsepower (HP)/8.000 Revolutions Per Minute (RPM) dengan torsi maksimal 13,9 Newton meter (Nm) atau setara 6.500 rpm. Selain itu, dengan konfigurasi SOHC 4 katup khas Yamaha yang dilengkapi teknologi Variable Valve Actuation (VVA) mampu membuat All New Nmax 155 Connected ABS mengoptimalkan torsi mesin pada tiap tingkat kecepatan.

Hal ini dapat dibuktikan dari data penjualan maha surya motor bulan Januari – April tahun 2022 yang di lihat pada table 1.1

**Tabel 1. 1**  
**Penjualan N-MAX di Maha Surya Motor Singaraja Tahun 2022**

No	Merk Motor	Bulan				Total
		Januari	Februari	Maret	April	
1	Nmax	57	45	31	34	167
2	Aerox	1	2	3	2	8
3	Fazzio	3	4	6	4	17
4	Lexi	0	0	2	3	5

Sumber : Laporan Penjualan Maha Surya Motor Singaraja

Berdasarkan Tabel 1.1. Yamaha NMAX mengalami fluktuasi penjualan di tahun 2022 yaitu pada periode januari sampai april. Yamaha Nmax merupakan sepeda motor yang masih digemari masyarakat, maka dari itu penjualannya juga sangat laris di pasaran. Dealer Yamaha maha surya motor merupakan dealer penjualan motor dengan merek Yamaha yang beralamat di jalan Ngurah Rai, Banjar jawa, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng. Selain menjual motor deler ini juga melayani servis berkala bagi konsumen Yamaha, selain menerima jasa servis ia juga menjual suku cadang. Pelayanan yang mereka berikan sangat baik sehingga konsumen tidak datang hanya sekali untuk membeli motor kembali maupun memperbaiki motor mereka.

perilaku konsumen merupakan bagian dari kegiatan manusia. Sedangkan menurut Malau (2016), perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan, sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan kegiatan induvidu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual (Laoli & Hasan, 2020). Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan (Pebrianti, 2020).

Saat ini, konsumen sekarang lebih pintar dalam menentukan suatu produk yang memiliki kualitas yang bagus, maka penting bagi para produsen untuk terus meningkatkan kualitas produknya. Arianto & Eramaya (2018) mengungkapkan

perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang

Definisi kualitas produk menurut Armstrong (2016:283), merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Maldini *et al.* (2021) mengatakan kualitas produk adalah spesifikasi tentang kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh suatu produk barang atau jasa. Kualitas produk menjadi salah satu bagian penting dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk barang atau jasa atau tidak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amron (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Amrullah dkk. (2016), Anggita & Ali (2017), Arianto & Patilaya (2018) dan Laoli & Hasan (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra & Santoso (2016) menunjukkan hasil yang serupa dimana, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian Supriyadi dkk. (2017) dan Nasution dkk. (2020) menyatakan hasil yang berbeda yaitu kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain Kualitas produk, citra merek juga menjadi hal yang penting dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Amron (2018), kualitas produk yang semakin meningkat sangatlah penting untuk mampu meningkatkan *brand image* suatu produk

terhadap konsumen karena banyaknya produsen sepeda motor yang akan membuat persaingan yang semakin ketat di dalam pasar.

Kotler & Keller (2016) mendefinisikan citra merek sebagai persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Tjiptono (2015:49) menjelaskan bahwa citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amron (2018) dan Amrullah dkk. (2016) menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil dari Citra & Santoso (2016), Supriyadi dkk. (2017) dan Rommy *et al.* (2018) yang juga menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, perbedaan hasil penelitian ditemukan oleh Muzhar *et al.* (2018) yang mengemukakan bahwa variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Nurhayati. (2017) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dan dengan adanya perbedaan dari hasil penelitian terdahulu, maka peneliti menggunakan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian NMAX Di Kota Singaraja pada Maha Surya Motor”.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada produk NMAX adalah sebagai berikut:

- 1) Terjadi penurunan penjualan NMAX di Maha Surya Motor dari bulan januari – maret.
- 2) Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian yang terjadi pada sepeda motor NMAX, maka penelitian ini difokuskan pada kualitas produk dan citra merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

### **1.4 Rumusan Masalah Penelitian**

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX?
- 2) Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap citra merek pada sepeda motor NMAX?
- 4) Bagaimana pengaruh citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

- 1) Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX



- 2) Menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX
- 3) Menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor NMAX
- 4) Menguji pengaruh citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada motor NMAX

### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah.

#### **1) Manfaat Teoretis**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya yang menyangkut citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

#### **2) Manfaat Praktis**

Manfaat yang diharapkan mampu diperoleh oleh perusahaan ialah penelitian ini mampu dijadikan dasar mengambil keputusan dalam memlementasikan keputusan pembelian konsumen terhadap produk NMAX.