

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Industry otomotif, khususnya sepeda motor kendaraan roda dua, terus mengalami pertumbuhan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi yang efisien, praktis, dan ekonomis. Salah satu jenis kendaraan yang menjadi perhatian adalah sepeda motor matic, yang menawarkan kemudahan dalam penggunaan serta desain yang menarik. Dalam konteks ini, Yamaha Filano menjadi salah satu pilihan bagi konsumen, Khususnya di Kabupaten Buleleng, Bali.

Kabupaten Buleleng memiliki karakteristik konsumen yang cukup beragam, mulai dari pekerjaan kantoran, pelajar, hingga pelaku usaha menengah. Mereka cenderung memilih sepeda motor matic yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki citra merek yang positif. Hal ini sejalan dengan tren di pasar otomotif di mana konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk seperti daya tahan, fitur teknologi, dan performa mesin, tetapi juga nilai emosional yang ditawarkan oleh merek tersebut. Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan daya tahan, desain, dan fitur yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Dalam hal ini sepeda motor filano harus mampu menawarkan keunggulan kompetitif melalui spesifikasi dan selain kualitas produk, citra merek juga memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Citra merek juga memainkan peran signifikan dalam membentuk keputusan pembelian. Yamaha sebagai merek global telah lama dikenal dengan reputasi baik cenderung memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian, karena mencerminkan nilai, pengalaman, dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Di tengah persaingan pasar yang ketat, sepeda motor filano perlu membangun citra merek yang dapat menciptakan loyalitas dan menciptakan daya tarik konsumen. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, Yamaha Filano menghadapi tantangan dalam mempertahankan posisinya di pasar.

Munculnya berbagai merek dan model sepeda motor matic dengan keunggulan kompetitif menuntut Yamaha untuk terus memperkuat kualitas produk dan citra mereknya. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana kualitas produk dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian Yamaha Filano, khususnya di wilayah Buleleng, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di wilayah Buleleng. Karakteristik pasar lokal di Buleleng, yang melibatkan preferensi, gaya hidup, serta daya beli konsumen, memberikan peluang untuk melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai kedua faktor tersebut.

Sepeda motor bukan lagi dianggap sebagai barang mewah, melainkan telah menjadi kebutuhan umum di kalangan masyarakat. Tingginya minat masyarakat terhadap sepeda motor juga mengindikasikan potensi pasar yang semakin meluas bagi pelaku bisnis. Fenomena ini telah memicu persaingan yang semakin ketat di industri otomotif, yang tercermin dalam upaya inovatif yang semakin intensif di berbagai bidang, seperti pengembangan produk, strategi penjualan, pemasaran, dan distribusi.

Bali adalah salah satu provinsi yang masih banyak masyarakatnya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Kondisi ini merupakan cerminan dari keberlanjutannya budaya mobilitas yang telah tertanam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Bali. Dengan latar belakang geografis yang unik, sepeda motor menjadi pilihan utama bagi banyak orang karena fleksibilitasnya dalam menavigasi jalan-jalan sempit dan berliku. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli barang atau sepeda motor Filano (periode januari – february 2024) yang disajikan pada Tabel 1. 1

Tabel 1. 1
Data Jumlah Pembeli Barang atau Sepeda Motor Filano (Periode January – Desember 2024)

No	Bulan	Jumlah Pembeli Sepeda Motor Filano
1	Januari	50 barang /motor
2	Februari	68 barang /motor
3	Maret	70 barang /motor
4	April	57 barang /motor
5	Mei	92 barang /motor
6	Juni	87 barang /motor
7	Juli	112 barang /motor
8	Agustus	125 barang /motor
9	September	75 barang /motor
10	Oktober	65 barang /motor
11	November	60 barang /motor
12	Desember	76 barang /motor

(Sumber: Hasil Observasi)

Yamaha sebagai salah satu produsen kendaraan roda dua terbesar di Indonesia secara aktif memasarkan Filano ke berbagai wilayah, termasuk Buleleng, Singaraja. Wilayah ini memiliki karakteristik konsumen yang beragam dari kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga ibu rumah tangga yang seluruhnya membutuhkan kendaraan ringan, terjangkau, dan efisien. Strategi promosi Yamaha memanfaatkan

berbagai media, baik offline melalui dealer dan pameran motor, maupun online melalui media sosial, influencer, dan e-commerce otomotif.

Dalam konteks ini, data penjualan Filano tahun 2024 dapat dijadikan indikator yang menunjukkan respons pasar terhadap keberadaan produk tersebut. Dari data penjualan Januari hingga Desember 2024, terlihat adanya fluktuasi penjualan yang cukup dinamis, menunjukkan bahwa faktor musiman, sosial, ekonomi, serta strategi promosi turut memengaruhi minat beli masyarakat.

Data penjualan Yamaha Filano selama tahun 2024 menunjukkan dinamika menarik yang patut ditelusuri lebih dalam. Penjualan dimulai pada angka 50 unit di bulan Januari. Ini menunjukkan titik awal yang cukup stabil, meskipun belum tinggi. Bulan Januari seringkali menjadi masa adaptasi awal tahun, di mana masyarakat masih dalam suasana pasca liburan dan cenderung menahan konsumsi besar.

Masuk ke bulan Februari dan Maret, penjualan mengalami peningkatan bertahap menjadi 68 dan 70 unit. Momen ini biasanya ditandai dengan masuknya aktivitas kerja dan sekolah secara penuh, sehingga kebutuhan kendaraan kembali menjadi prioritas. Selain itu, promosi awal tahun dari pihak dealer dan program cicilan ringan juga turut mendorong keputusan pembelian konsumen.

Namun, penjualan sedikit menurun pada bulan April dengan hanya 57 unit terjual. Hal ini bisa dikaitkan dengan masuknya bulan Ramadan, di mana kecenderungan masyarakat dalam melakukan pembelian barang besar seperti kendaraan biasanya berkurang karena fokus pada kebutuhan menjelang hari raya. Menariknya, bulan Mei justru mencatat lonjakan penjualan hingga 92 unit. Hal ini

mungkin terjadi karena momentum menjelang Lebaran dan persiapan mudik, di mana kendaraan pribadi menjadi pilihan utama.

Bulan Juni, Juli, dan Agustus menjadi masa puncak penjualan Filano. Jumlah unit terjual berturut-turut mencapai 87, 112, dan 125 unit. Peningkatan ini sangat mungkin dipengaruhi oleh liburan sekolah, tahun ajaran baru, dan distribusi THR atau bonus pertengahan tahun dari perusahaan. Banyak keluarga memilih membeli motor baru untuk anak sekolah atau sebagai kendaraan tambahan dalam rumah tangga.

Setelah mencapai puncak di Agustus, penjualan mulai menurun pada bulan September dengan angka 75 unit, kemudian turun kembali pada Oktober (65 unit), dan November (60 unit). Fenomena ini dapat dijelaskan dengan berakhirnya musim liburan dan masuknya masa-masa menjelang akhir tahun, di mana masyarakat cenderung menyimpan dana untuk kebutuhan akhir tahun seperti belanja rumah tangga, pendidikan, dan persiapan liburan akhir tahun.

Penurunan ini tidak berlangsung terus-menerus, karena pada bulan Desember terjadi sedikit kenaikan menjadi 76 unit. Bulan Desember sering dimanfaatkan oleh produsen dan dealer untuk meluncurkan promo akhir tahun, bonus akhir tahun juga meningkatkan daya beli konsumen, sehingga menjadi kesempatan strategis dalam mendorong penjualan.

Saat ini banyak konsumen beralih ke motor *matic* yang dianggap lebih mudah untuk dioperasikan. Kondisi dari kebutuhan konsumen ini membuat PT. Yamaha menciptakan inovasi pada produk yang dihasilkan guna memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan. Perkembangan yang nyata menunjukkan bahwa pasar sepeda motor jenis *matic* menjadi salah satu yang diandalkan baik dari kalangan pria

maupun wanita. Hal tersebut didukung dengan data penjualan sepeda motor *matic* merek Yamaha yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan sepeda motor lainnya. Berikut ini adalah data penjualan sepeda motor *matic* merek Yamaha di Indonesia periode 2019-2024 disajikan pada Tabel 1.2

Tabel 1. 2
Data Penjualan Sepeda Motor *Matic* Merek Yamaha di Indonesia (periode 2019 – 2024)

No	Tahun	Penjualan
1	2019	6.487.460 unit
2	2020	3.660.616 unit
3	2021	5.057.516 unit
4	2022	5.221.470 unit
5	2023	6.236.992 unit
6	2024	6.333.310 unit

Sumber: AISI.com : diakses 18 janari 2025

Menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan selama 12 bulan pada tahun lalu tembus 6.333.310 unit, meningkat dibandingkan 2023 sebanyak 6.236.992 unit. Pada Desember 2024, lima anggota AISI, yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan TVS menjual 403.480 motor baru. Pencapaian itu merosot dari November 2024 yang mencatat angka penjualan 512.942 unit. Dari total 6,3 juta unit motor yang terjual tahun lalu sebanyak 90,39 persen didominasi model skutik. Sementara sisanya adalah motor bebek atau *underbone* 5,40 persen dan motor sport hanya 4,21 persen.

Berdasarkan latar belakang dari penelitian yang telah dijelaskan diatas, penulis ingin menguji kembali **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Filano di Kecamatan Buleleng Kota Singaraja”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi

perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif serta menambahkan wawasan akademis di bidang pemasaran.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terdapat persaingan yang ketat dalam industri otomotif khususnya sepeda motor.
2. Terdapat beragamnya kebutuhan konsumen akan alat transportasi sepeda motor
3. Adanya riset gap yang telah mengidentifikasi bahwa kualitas produk gab citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah mempertimbangkan identifikasi masalah diatas, maka diperlukan pembatasan lingkup masalah penelitian. Tujuannya adalah untuk menjadikan penelitian lebih berfokus pada topik utama permasalahan dengan mencegah meluasnya cakup permasalahan. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk membatasi penelitian hanya pada tiga variabel, yaitu kualitas produk, citra merek sebagai variabel (*independen*) serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*dependen*).

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng Kota Singaraja?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng Kota Singaraja?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng Kota Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji tentang hal-hal berikut.

1. Menguji pengaruh kualitas produk, citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng Kota Singaraja
2. Menguji pengaruh kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng Kota Singaraja
3. Menguji pengaruh citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan dapat memberikan masukan bagi masyarakat terutama bagi pengguna sepeda motor Filano serta mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis tentang ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk. Bagi konsumen akan mendapatkan manfaat dari pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Buleleng. Hal ini dapat membantu untuk memformulasikan kebijaksanaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

