

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan industri otomotif di Indonesia saat ini sedang mengalami persaingan yang sangat ketat. Terlebih lagi di era teknologi seperti saat ini, terdapat inovasi-inovasi baru yang semakin berkembang. Perusahaan berupaya mengembangkan produk-produk baru yang memiliki kualitas baik serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu produk otomotif adalah sepeda motor. Produk ini dapat dikatakan sebagai produk yang dibutuhkan pada umumnya di negara-negara sedang berkembang. Sepeda motor merupakan salah satu produk otomotif yang sangat vital dan menjadi alat transportasi utama bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), total penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 5,8 juta unit, mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2022 yang mencapai 5,2 juta unit. Angka ini menunjukkan tingginya kebutuhan serta ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap sepeda motor sebagai moda transportasi harian. Beberapa perusahaan otomotif yang relatif menguasai pasar adalah Honda dan Yamaha. Honda dan Yamaha, menguasai lebih dari 95% pangsa pasar sepeda motor di Indonesia. Honda memimpin dengan market share sekitar 75%, sementara Yamaha menyusul dengan sekitar 22–23%.

Fenomena yang menarik adanya pergeseran preferensi konsumen ke arah motor yang tidak hanya efisien dan ekonomis, tetapi juga memiliki tampilan modern dan fitur-fitur canggih seperti sistem hybrid, digital panel, dan konektivitas smartphone. Segmen skuter matik (skutik) menjadi yang paling diminati, menyumbang lebih dari 85% dari total penjualan nasional, di mana Yamaha

berupaya merespons tren ini dengan meluncurkan produk-produk baru seperti Yamaha Filano dan Fazzio yang menonjolkan desain retro-modern serta teknologi Blue Core Hybrid. Persaingan ini bukan hanya soal harga, tetapi juga bagaimana produk mampu menawarkan nilai tambah dari sisi desain, efisiensi, kenyamanan, dan citra merek di mata konsumen. Perusahaan tersebut saling bersaing untuk menarik minat para konsumen yang membeli produk sepeda motor.

Perusahaan berusaha untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah keputusan 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. Yamaha sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia telah menyadari beratnya persaingan di Industri ini. Yamaha senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Yamaha menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan di desain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Yamaha untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen. Yamaha juga selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada setiap produknya.

Fenomena yang kini terjadi adalah pembelian sepeda motor di Singaraja menunjukkan pola konsumsi yang sangat dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, ekonomi, dan geografis. Sebagai pusat kota di wilayah Buleleng, mobilitas masyarakat Singaraja sangat bergantung pada kendaraan pribadi,

terutama sepeda motor. Kondisi infrastruktur transportasi umum yang belum memadai, serta aktivitas masyarakat yang tersebar dari pusat kota hingga wilayah pedesaan, membuat sepeda motor menjadi kebutuhan utama, bukan sekadar alat transportasi tambahan. Selain digunakan untuk keperluan pribadi, sepeda motor di Singaraja juga digunakan secara luas untuk aktivitas ekonomi seperti ojek online, usaha kecil, serta operasional kerja harian. Oleh karena itu, keputusan pembelian motor di wilayah ini bukan hanya dilandasi oleh gaya atau tren, tetapi juga oleh pertimbangan fungsional dan efisiensi ekonomi.

Sepeda motor Filano yang dirilis pada tahun 2023, merupakan inovasi terbaru dari Yamaha dengan desain modern dan fitur canggih yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Filano merupakan produk inovatif dari Yamaha Sepeda motor Yamaha Filano hadir dengan teknologi Hybrid Blue Core, desain kontemporer, serta dilengkapi berbagai fitur canggih yang memberikan nilai tambah bagi konsumen yang sesuai dengan gaya hidup generasi muda masa kini. Desainnya yang stylish, pilihan warna beragam, serta posisinya sebagai skutik premium membuatnya menarik untuk diteliti dalam konteks keputusan pembelian konsumen. Sebagai produk baru, Filano masih dalam tahap membangun citra dan loyalitas pasar, sehingga menawarkan data yang segar mengenai respon awal konsumen terhadap inovasi produk di tengah persaingan industri otomotif yang semakin ketat. Namun demikian, pemilihan Filano juga memiliki kekurangan yang perlu diperhatikan, seperti rendahnya tingkat pemahaman konsumen terhadap produk ini, terutama di wilayah seperti Singaraja yang belum sepenuhnya tersentuh promosi intensif. Dari sudut pandang peningkatan pasar, penelitian komparatif ini sangat mendesak. Pasar skuter matik premium, tempat Filano bersaing, sangat

sensitif terhadap inovasi, efisiensi, kenyamanan, dan citra merek. Meskipun Filano dilengkapi dengan teknologi Blue Core Hybrid dan desain retro-modern, dominasi merek pesaing seperti Honda Scoopy menunjukkan bahwa keunggulan teknis saja tidak cukup.

Penelitian ini akan membantu Yamaha untuk mengidentifikasi area di mana Filano dapat menciptakan diferensiasi yang kuat dan berkelanjutan. Misalnya, jika penelitian menunjukkan bahwa konsumen menghargai ketersediaan suku cadang dan layanan purna jual, Yamaha dapat menginvestasikan lebih banyak pada aspek-aspek ini di wilayah seperti Singaraja. Selain itu, jika persepsi feminin terhadap desain Filano membatasi daya tariknya di kalangan konsumen pria, perusahaan dapat mempertimbangkan strategi komunikasi yang menonjolkan fungsionalitas dan keserbagunaan produk. Dengan data yang kuat dari perbandingan langsung, Yamaha dapat mengadaptasi kebijakan produk dan pemasarannya untuk memenuhi harapan pelanggan secara lebih baik, menarik minat pembeli baru, dan pada akhirnya, meningkatkan pangsa pasar Filano di tengah persaingan yang ketat. Keterbatasan jumlah pembeli aktif juga menjadi tantangan dalam memperoleh data yang luas. Meskipun begitu, kondisi ini justru memberikan peluang besar untuk menelusuri secara lebih mendalam bagaimana strategi pemasaran dan persepsi awal konsumen dapat dibentuk terhadap produk baru seperti Yamaha Filano.

Pemilihan Dealer Yamaha Maha Surya Motor III Singaraja sebagai lokasi penelitian didasarkan pada faktor lokasi yang strategis di pusat kota Singaraja. Dealer ini berada di area dengan akses transportasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat, baik yang berasal dari dalam kota maupun daerah sekitar. Meskipun

Dealer Maha Surya Motor III Singaraja merupakan salah satu dealer resmi Yamaha yang cukup dikenal di wilayah Buleleng, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat beberapa komentar atau persepsi negatif dari sebagian konsumen, terutama yang berkaitan dengan kurangnya informasi detail tentang produk baru, seperti Yamaha Filano.

Meskipun Dealer Maha Surya Motor III Singaraja memiliki lokasi yang strategis dan telah berupaya memasarkan Yamaha Filano, fluktuasi penjualan yang tercatat (Hal ini terlihat dari adanya penurunan penjualan, yaitu dari 140 unit pada bulan April menjadi 60 unit pada bulan November 2024) mengindikasikan adanya tantangan signifikan dalam mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen. Fenomena ini menjadi semakin mendesak untuk diteliti ketika dibandingkan dengan kinerja Dealer Yamaha Indra Motor di Singaraja yang, berdasarkan observasi awal dan reputasi pasar, menunjukkan volume penjualan yang lebih konsisten dan tinggi untuk produk Yamaha, termasuk Filano. Perbandingan langsung dengan Indra Motor menjadi krusial untuk mengidentifikasi faktor-faktor pembeda yang mendasari keberhasilan mereka. Apakah Indra Motor memiliki strategi promosi yang lebih efektif dalam mengedukasi konsumen tentang keunggulan Filano, ataukah mereka unggul dalam pelayanan purna jual yang membangun kepercayaan pelanggan. Dengan menganalisis praktik terbaik yang diterapkan oleh Indra Motor mulai dari pendekatan penjualan, manajemen stok, hingga strategi membangun loyalitas pelanggan penelitian ini dapat mengungkap kunci keberhasilan yang dapat direplikasi.

Konsumen mengeluhkan bahwa promosi dan penjelasan dari pihak dealer masih terbatas, sehingga mereka kesulitan memahami fitur-fitur unggulan yang

ditawarkan oleh produk. Selain itu, pelayanan after-sales dan respon terhadap pertanyaan konsumen terkadang dinilai kurang cepat atau kurang informatif, yang dapat memengaruhi kepercayaan pembeli, khususnya terhadap produk yang masih tergolong baru. Adanya persepsi seperti ini penting untuk diteliti lebih lanjut karena bisa menjadi faktor penghambat dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan desain yang baik. Fenomena ini memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali lebih dalam hubungan antara persepsi konsumen terhadap dealer dengan tingkat keberhasilan penjualan produk.

Fenomena pengambilan keputusan pembelian sepeda motor di dealer Maha Surya Motor III di Singaraja memperlihatkan dinamika yang kompleks dan menarik untuk dikaji lebih lanjut. Meskipun Yamaha Filano menawarkan kualitas produk dan desain yang unggul serta telah dipromosikan secara visual dengan penempatan strategis di area showroom, kenyataannya keputusan pembelian konsumen terhadap produk ini masih belum optimal. Konsumen di Singaraja menunjukkan kecenderungan untuk lebih selektif dan mempertimbangkan banyak aspek, seperti kejelasan informasi produk, pelayanan dealer, hingga kepercayaan terhadap merek. Ketika faktor-faktor tersebut tidak terpenuhi secara maksimal, maka meskipun produk memiliki daya tarik yang tinggi, konsumen tetap enggan untuk mengambil keputusan pembelian. Hal ini menegaskan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari proses evaluasi menyeluruh dan tidak dapat dipengaruhi hanya oleh aspek visual atau keunggulan teknis, melainkan membutuhkan pendekatan pemasaran yang terintegrasi dan berbasis pada pemahaman konsumen secara mendalam.

Keputusan pembelian merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek yang akan dibeli (Makanoneng et al., 2022) Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh daya tarik suatu produk. Pelanggan cenderung memilih produk yang menawarkan lebih banyak keuntungan. (Makanoneng et al., 2022). Dengan kata lain keputusan pembelian merupakan tindakan aktual konsumen dalam menentukan suatu produk atau jasa yang akan dikonsumsi atau digunakannya (Suarmanayasa dkk, 2019) Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi- inovasi baru pada produk yang mereka produksi dengan mengikuti trend yang ada pada saat ini (Makanoneng et al., 2022).

Meningkatkannya sebuah keputusan pembelian sangat perlu memperhatikan kualitas produk. Konsumen membuat keputusan pembelian dengan memilih dan mengevaluasi barang atau jasa yang mereka yakini mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Diantara & Yudiaatmaja, 2025). Jika sebuah kualitas produk memiliki nilai yang tinggi maka keputusan pembelian konsumen akan semakin besar karena produk tersebut akan terlihat menarik di mata konsumen. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh daya tarik suatu produk. Pelanggan cenderung memilih produk yang menawarkan lebih banyak keuntungan (Makanoneng et al., 2022). Sedangkan pendapat (Indah & Gendalasari, 2023), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa

barang atau hasil itu dimaksudkan. Kualitas produk juga berkaitan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan produk yang dijual oleh seller, sehingga harga merupakan nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang. ((Makanoneng et al., 2022). Maka dari itu produk dikatakan berkualitas apabila jika suatu produk memenuhi harapan klien, maka produk tersebut dianggap berkualitas tinggi. Meskipun sebagian orang berpikir bahwa barang mahal memiliki kualitas lebih tinggi, konsumen selalu menginginkan produk berkualitas tinggi sesuai dengan uang yang mereka keluarkan.

Kualitas produk dapat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian, desain produk juga menjadi perhatian khusus dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian konsumen. Semakin menarik desain dari suatu produk maka keputusan pembelian akan semakin besar yang dapat dilihat oleh konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan atau tuntutan dari pelanggan (Ari Yudha & Yulianthin, 2022). Kesempurnaan desain memiliki dampak yang signifikan terhadap manfaat dan kegunaan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen (Adonis & Silintowe, 2021). Konsep tersebut yang membantu konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk. Dengan adanya desain yang menarik diharapkan konsumen dapat memberikan respon positif terhadap suatu produk (Sopiah & Sangadji, 2016). Desain produk yang baik bagi perusahaan dapat ditunjukkan dari desain yang mudah dibuat dan dirancang, sedangkan bagi konsumen desain yang baik merupakan desain yang indah serta bagus, mudah digunakan, mudah dipasang, dan mudah diperbaiki (Kotler & Keller, 2012). Saat memilih produk dalam pengembangan, desain memainkan peran penting. Semakin

baik desain suatu produk, semakin menarik produk tersebut bagi konsumen. Desain yang tepat sasaran akan mendorong konsumen untuk membelinya (Maindoka, 2018).

Desain yang unik dan menarik bagi konsumen akan menciptakan kesan positif terhadap suatu produk (Telagawathi dkk, 2019). Dengan perkembangan zaman yang lebih modern, desain produk telah menjadi perhatian utama konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu (Suari, 2019). Pada variabel desain produk ditemukan adanya research gap, seperti pada penelitian Putra dan Komariah (2022) menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, pada penelitian Adonis dan Silintowe (2021) menyatakan bahwa variabel desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, bisnis harus memperhatikan kualitas produk, membuat desain yang menarik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan memberikan harga yang kompetitif untuk meningkatkan harga persepsi produk (Ansah, 2017). Dengan demikian, jika bisnis memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti memberikan warna yang disukai pelanggan atau bahkan memberikan warna yang berbeda dari yang digunakan oleh kendaraan lain, yang nantinya akan menjadi ciri khas dari perusahaan tersebut.

Lokasi penjualan Yamaha Maha Surya Motor III terletak di Jalan Ngurah Rai, Banjar Jawa, Kabupaten Buleleng, Bali 81113, Indonesia. Produk yang telah dipasarkan oleh Dealer Yamaha Maha Surya Motor III yaitu: Yamaha Nmax, Aerox, Fazzio, Filano, Xmax dan Yamaha lexi lx 155. Fokus dalam penelitian ini adalah Yamaha Filano untuk meningkatkan jumlah penjualan sepeda motor di

tahun yang akan datang, diperlukan kebijakan-kebijakan dalam menangani permasalahan tersebut yang berasal dari kualitas produk maupun desain, sebab kedua faktor tersebut merupakan hal sangat menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dalam hal ini khususnya sepeda motor.

Tabel 1. 1 Data penjualan sepeda motor filano pada Dealer Maha Surya Motor III Singaraja periode bulan Januari – Desember 2024

No.	Bulan	Unit
1.	Januari	100
2.	Februari	70
3.	Maret	115
4.	April	140
5.	Mei	90
6.	Juni	80
7.	Juli	111
8.	Agustus	124
9.	September	75
10.	Oktober	85
11.	November	60
12.	Desember	70

Penjualan sepeda motor Filano yang mengalami fluktuasi tersebut dapat dikatakan keputusan pembelian konsumen akan sepeda motor filano masih kurang optimal. Namun, sebagai produk baru, Filano masih menghadapi tantangan dalam hal pengenalan kepada masyarakat, dimana masyarakat masih sedikit mengetahui tentang keunggulan yang dimiliki sepeda motor ini. Padahal, Filano memiliki berbagai fitur canggih yang dirancang untuk kenyamanan berkendara, seperti teknologi hemat bahan bakar, desain modern yang stylish, serta performa mesin yang handal. Namun, kurangnya promosi yang efektif dan minimnya edukasi produk menyebabkan informasi tentang nilai tambah tersebut tidak tersampaikan secara maksimal kepada calon konsumen. Akibatnya, banyak konsumen masih ragu dan cenderung membandingkan Filano dengan produk kompetitor yang lebih dikenal, tanpa memahami secara menyeluruh keunggulan yang dimilikinya.

Ditambah lagi, keterbatasan distribusi dan akses ke dealer yang menjual Filano, seperti ketersediaan yang belum merata atau lokasi dealer yang sulit dijangkau, membuat konsumen lebih memilih produk dari merek lain yang lebih mudah diakses. Kombinasi antara kurangnya promosi, edukasi, serta aksesibilitas inilah yang menyebabkan keraguan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, meskipun dari segi kualitas dan fitur, Filano memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar skuter matik premium.

Pembelian sepeda motor Filano di Dealer Maha Surya Motor III Singaraja bahwa jika dilihat dari kualitas produk sepeda motor Filano sudah cukup baik dan sudah bisa dan dapat diterima oleh konsumen. Produk yang memiliki kualitasnya akan menjadi incaran oleh para konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Padmadewi & Putra, 2023). karena dilengkapi dengan berbagai fitur modern seperti lampu LED hemat energi, layar digital TFT yang kokoh, serta sistem suspensi dan rem yang memberikan kenyamanan dan keamanan jangka panjang. Apabila digunakan dan dirawat sesuai petunjuk dan servis berkala, Grand Filano memiliki potensi besar menjadi kendaraan utama yang awet dan andal, baik untuk penggunaan harian maupun perjalanan jauh. Jika dilihat dari 4 indikator variabel kualitas produk, keawetan produk merupakan paling diunggulkan dimana keawetan sepeda motor Filano menjadi salah satu keunggulan utama yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, karena motor ini dirancang dengan kualitas material yang kuat dan teknologi mesin yang tahan lama.

Kemudian kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, kemudahan penggunaan dan perbaikan sepeda motor Filano menjadi salah satu keunggulan penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Motor ini dilengkapi

dengan smart key system yang memudahkan pengguna dalam menghidupkan dan mengunci motor tanpa menggunakan kunci manual, sehingga lebih praktis dan aman. Kemudian ada keandalan produk, keandalan sepeda motor Filano menjadi faktor penting yang membuat konsumen tertarik untuk membeli, karena motor ini dilengkapi dengan mesin Blue Core 125cc generasi terbaru yang memberikan performa bertenaga, efisien, dan ramah lingkungan.

Kemudian yang terakhir ada kesesuaian produk kesesuaian produk Filano dengan kebutuhan konsumen menjadi keunggulan yang mendorong keputusan pembelian, karena motor ini dirancang sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern, khususnya untuk penggunaan di lingkungan perkotaan. Namun, meskipun secara teknis produk ini unggul dan memiliki nilai jual tinggi di kelas skuter matik premium, keputusan pembelian konsumen masih belum optimal karena beberapa faktor eksternal seperti harga yang relatif tinggi, kurangnya edukasi tentang fitur canggihnya, dan dominasi merek pesaing seperti Honda Scoopy yang lebih dulu populer di pasar. Desain retro-modern Grand Filano tidak selalu cocok dengan preferensi seluruh konsumen, terutama kalangan pria atau mereka yang menyukai desain netral, serta adanya keterbatasan ketersediaan suku cadang dan layanan purna jual di daerah seperti Singaraja turut memperkuat keraguan konsumen dalam memilih produk ini. Gabungan dari semua faktor tersebut menjadi alasan mengapa, meskipun Grand Filano sangat kompeten dari sisi kualitas, tingkat pembeliannya di pasar lokal masih kurang maksimal.

Dealer Maha Surya Motor III Singaraja menjadi salah satu pilihan terbaik bagi konsumen dalam membeli sepeda motor Filano, bahwa jika dilihat dari desain sepeda motor Filano sudah cukup baik dan sudah bisa dan dapat diterima oleh

konsumen. dengan gaya modern dan elegan, pilihan warna yang variatif, serta bodi ramping yang memberikan kesan premium dan mampu menarik perhatian berbagai kalangan, keputusan pembelian konsumen terhadap produk ini masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor penting yang lebih mendasar, seperti harga jual yang tergolong tinggi dibandingkan dengan kompetitor di segmen yang sama, serta minimnya pemahaman konsumen terhadap keunggulan teknologi dan fitur fungsional yang ditawarkan. Selain itu, desain retro-modern Filano kerap diasosiasikan sebagai motor bergaya “feminin” atau hanya sekadar motor gaya hidup, sehingga kurang diminati oleh konsumen pria atau pengguna yang mencari motor yang serbaguna dan netral. Jika dilihat dari 5 indikator variabel desain produk, kenyamanan produk menjadi diunggulkan karena kenyamanan desain sepeda motor Filano menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena motor ini dirancang untuk memberikan pengalaman berkendara yang nyaman. Posisi duduk yang ergonomis membantu pengendara tetap nyaman meskipun digunakan dalam waktu lama, serta suspensi yang dirancang untuk menyerap guncangan dengan baik sehingga memberikan kestabilan saat berkendara.

Kemudian bentuk fisik produk dimana bentuk fisik sepeda motor Filano menjadi keunggulan yang mendorong konsumen untuk membeli karena memiliki tampilan yang menarik, proporsional, dan ergonomis. Kemudian ramah lingkungan dimana desain sepeda motor Filano yang ramah lingkungan menjadi keunggulan yang menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap lingkungan. Motor ini dilengkapi dengan teknologi Blue Core dan sistem hybrid yang mampu mengurangi konsumsi bahan bakar serta menekan emisi gas buang, sehingga lebih efisien dan

ramah lingkungan. Kemudian keunikan produk dimana keunikan desain sepeda motor Filano menjadi salah satu keunggulan yang membuat produk ini berbeda dari motor lain di kelasnya. Filano memiliki desain yang mewah, dilengkapi dengan teknologi hybrid, serta fitur-fitur modern yang tidak hanya meningkatkan performa tetapi juga memberikan nilai tambah dari segi estetika dan fungsionalitas. Kemudian yang terakhir makna desain produk, makna desain produk sepeda motor Filano menjadi salah satu keunggulan yang menarik minat konsumen karena mencerminkan nilai modern, elegan, dan premium. Desain Filano tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga menjadi simbol gaya hidup bagi penggunanya, khususnya generasi muda yang ingin tampil stylish dan percaya diri.

Kurangnya strategi promosi yang menonjolkan keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas memperkuat kesan tersebut. Selain itu, keterbatasan layanan purna jual serta ketersediaan suku cadang di Singaraja juga dapat menurunkan minat konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, meskipun desain Grand Filano sudah sangat kompetitif dari sisi visual dan kenyamanan, keputusan pembelian yang masih rendah mencerminkan adanya hambatan signifikan yang harus diatasi untuk mencapai performa penjualan yang optimal. Dari desain produk yang dirasa sudah cukup baik dan dapat diterima oleh konsumen mengapa Keputusan pembelian sepeda motor Filano oleh konsumen masih kurang optimal.

Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh kualitas produk dan desain produk, jika sebuah kualitas produk dan desain produk sudah cukup baik dan bagus, maka Keputusan pembelian konsumen akan tinggi karena produk tersebut memiliki nilai yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk itu sendiri. Jika sebaliknya kualitas produk dan desain produk tersebut masih kurang optimal

maka sebuah Keputusan pembelian konsumen akan suatu produk akan menurun. Dari permasalahan diatas terdapat kesenjangan dari penelitian penelitian sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rianthi Mekanoneng, dkk (2022) menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen di Kecamatan Tuminting keputusan pembelian sangat dipengaruhi secara simultan oleh kualitas produk, promosi, dan desain parsial, ketika konsumen memutuskan untuk membeli Sepeda Motor Yamaha Mio. Penelitian yang dilakukan oleh Wilem Kimkuri dan Benyamin Buntu, SE., M.Si (2021) menyatakan bahwa Kualitas produk, promosi dan desain secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor yamaha mio pada PT. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. Penelitian lain juga dilakukan oleh Fitra Pratama Putra, dkk (2023) menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain yang dilakukan oleh Walter Tabelessy (2020) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Smartphone Samsung di Kota Ambon dan Desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung di Kota Ambon.

Permasalahan diatas dan research gap yang dipaparkan sebelumnya maka penulis tertarik melakukan penelitian pada produk sepeda motor Filano yang dipasarkan di Dealer Maha Surya Motor III Singaraja dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Filano Pada Maha Surya Motor III Singaraja”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bahwa terjadi fluktuasi penjualan dan kurangnya minat pembelian produk di tengah persaingan berbagai produk sepeda motor sejenis di pasaran, sepeda motor Filano dipasarkan di Dealer Maha Surya Motor III Singaraja.
2. Semakin berkembangnya merek sepeda motor yang muncul di pasar maka semakin banyak pilihan sepeda motor yang diinginkan konsumen sesuai dengan minatnya, sehingga perusahaan harus dapat memenangkan Branding Strateg.

1.3 Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas produk dan desain produk sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Telah dipaparkan di atas untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti pembatasan masalah mempunyai fungsi untuk membatasi pembahasan permasalahan dalam penelitian sehingga pembahasan akan menghilangkan pertanyaan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano di Dealer Maha Surya Motor III Singaraja..

1.4 Rumus Masalah

Rumusan masalah sesuai dengan latar belakang diatas dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Filano pada konsumen Dealer Maha Surya Motor III Singaraja ?

2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano pada konsumen Daeler Maha Surya Motor III Singaraja?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano pada konsumen Daeler Maha Surya Motor III Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pembatasan masalah dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano pada konsumen Daeler Maha Surya Motor III Singaraja
2. Menguji pengaruh desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano pada konsumen Daeler Maha Surya Motor III Singaraja
3. Menguji pengaruh kualitas produk dan desain dan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano pada konsumen Daeler Maha Surya Motor III Singaraja

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yakni manfaat teoritis dan praktis. Secara rinci manfaat hasil penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam membuat kebijakan khususnya mengenai peningkatan kualitas produk dan harga sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya serta berbagai referensi dalam penyusunan kebijakan pengelolaan perusahaan yang akan datang.

2) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana aktualisasi diri dan aplikasi teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

