BAB I

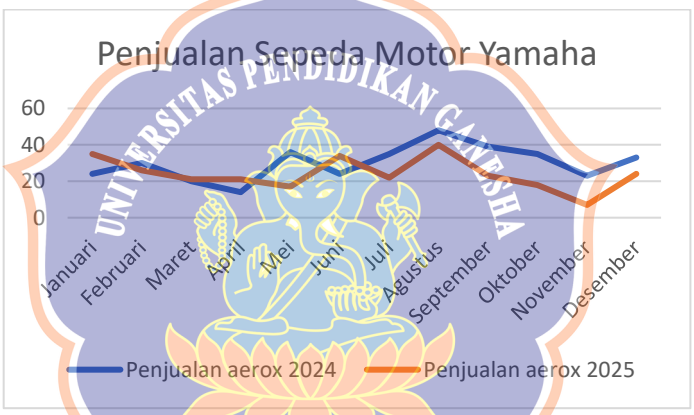
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

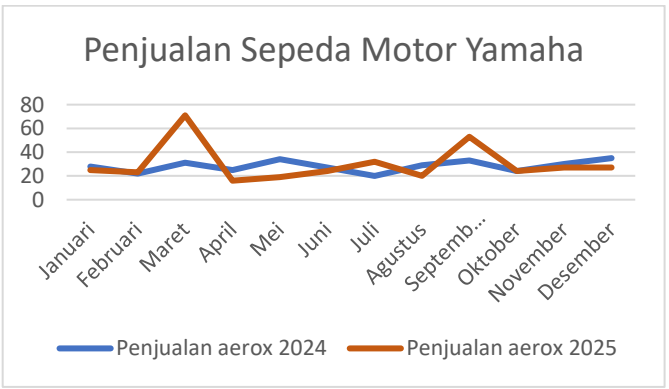
Perkembangan industri otomotif, khususnya di sektor sepeda motor, saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sepeda motor merupakan salah satu alternatif yang dapat mempermudah dan mempercepat seseorang dalam mencapai tujuan perjalanan. Dibandingkan dengan transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktifitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah untuk digunakan melewati kemacetan, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih murah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat serta dengan menggunakan kendaraan umum.

Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mengelompokan jenis-jenis sepeda motor sebagai berikut, motor bebek, motor *matic* dan *sport*. Motor bebek adalah motor yang ditunjukan untuk konsumen pada umumnya yang segmennya dapat diterima secara umum, dengan bentuk yang simpel serta dapat digunakan oleh siapa saja. Motor *matic* merupakan motor yang ditunjukan kepada konsumen yang menginginkan kepraktisan berkendaraan sedangkan sepeda motor jenis *sport* adalah tipe sepeda motor yang dikhususkan untuk penggunaan balap dan kecepatan tinggi.

Yamaha Aerox merupakan salah satu produk sepeda motor *matic sport* yang dirancang untuk menyasar segmen anak muda dengan karakter aktif dan dinamis. Motor ini dikenal memiliki desain *sporty*, bodi yang agresif, serta dilengkapi dengan fitur dan performa mesin yang mendukung aktivitas berkendara jarak dekat maupun jarak jauh. *Dealer* resmi Yamaha di Singaraja menyediakan berbagai tipe sepeda motor, termasuk Yamaha Aerox, Nmax, Lexi, Filano, dan Fazzio. Namun, berdasarkan observasi awal di lapangan, terlihat bahwa tingkat penjualan Yamaha Aerox cenderung mengalami fluktuasi jika dibandingkan dengan beberapa tipe lain, meskipun berada dalam segmen *matic* yang sama.



Gambar 1.1
Penjualan Sepeda Motor Yamaha Aerox (2024 - 2025)
(Sumber: Mahasurya Motor III Singaraja)



Gambar 1.2
Penjualan Sepeda Motor Yamaha Aerox (2024 - 2025)
(Sumber: Mahasurya Motor II Singaraja)

Berdasarkan data penjualan sepeda motor Yamaha Aerox yang diperoleh dari *dealer* Mahasurya Motor II Singaraja, terlihat bahwa penjualan mengalami perubahan dari bulan ke bulan. Pada tahun 2024, penjualan Yamaha Aerox tercatat sebanyak 28 unit pada bulan Januari, kemudian menurun menjadi 22 unit pada bulan Februari. Selanjutnya penjualan kembali meningkat hingga 31 unit pada bulan Maret, namun pada bulan April kembali mengalami penurunan menjadi 25 unit. Setelah itu penjualan kembali meningkat hingga mencapai 34 unit pada bulan Mei. Pada bulan Juli penjualan kembali mengalami penurunan hingga 20 unit sebelum akhirnya meningkat kembali hingga mencapai 35 unit pada bulan Desember. Sementara itu, pada tahun 2025 penjualan sempat mengalami peningkatan yang cukup tinggi hingga mencapai 71 unit pada bulan Maret. Namun setelah itu penjualan mengalami penurunan yang cukup tajam hingga menjadi 16 unit pada bulan April. Penurunan yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa tingkat penjualan Yamaha Aerox pada periode tersebut mengalami ketidakstabilan dengan perubahan yang cukup besar dalam waktu yang singkat. Setelah penurunan pada bulan April, penjualan kembali meningkat menjadi 19 unit pada bulan Mei, kemudian terus meningkat hingga mencapai 32 unit pada bulan Juli dan 53 unit pada bulan September sebelum kembali mengalami penurunan pada bulan berikutnya. Fluktuasi penjualan juga terjadi pada *dealer* Mahasurya Motor III Singaraja. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh, penjualan Yamaha Aerox pada *dealer* tersebut menunjukkan adanya perubahan dari bulan ke bulan. Pada beberapa periode penjualan mengalami peningkatan, namun pada periode lainnya kembali mengalami penurunan,

sehingga menunjukkan bahwa tingkat penjualan Yamaha Aerox di *dealer* Mahasurya Motor III tidak selalu stabil dari waktu ke waktu.

Fluktuasi penjualan Yamaha Aerox menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Konsumen saat memilih sepeda motor yang cocok mempertimbangkan berbagai aspek, seperti kualitas produk, desain produk, harga, promosi maupun citra merek. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik karena kualitas mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan selama digunakan. Menurut Kotler dan Keller (2016:37), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang mencakup ketahanan, keandalan, dan ketepatan, yang dihasilkan secara keseluruhan oleh produk tersebut.

Berdasarkan pra-penelitian terhadap 30 responden, 28 dari 30 responden memberikan jawaban setuju atau sangat setuju bahwa keandalan Yamaha Aerox menjadi salah satu pertimbangan sebelum membeli dengan nilai rata-rata sebesar 4,20. Selanjutnya, 27 dari 30 responden memberikan jawaban setuju atau sangat setuju bahwa daya tahan produk menjadi aspek yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian dengan nilai rata-rata sebesar 4,13. Pernyataan mengenai kesesuaian spesifikasi memperoleh dukungan tertinggi, yaitu 29 dari 30 responden memberikan jawaban setuju atau sangat setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,27. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan membeli sepeda

motor Yamaha Aerox. Kondisi tersebut memperkuat dugaan bahwa kualitas produk memiliki keterkaitan dengan keputusan pembelian.

Hasil penelitian Suari (2019) membuktikan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Selvia (2022) mengatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Juliana & Susila (2018) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Sudiarta & Putra (2023) juga menyatakan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang positif signifikan dengan keputusan pembelian. Namun hasil penelitian dari Rawung (2015) mengatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Produk yang berkualitas 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 desai produk sebagai dasar untuk mengambil keputusan pembelian sebuah produk.

Hasil pra-penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai desain Yamaha Aerox masih perlu mendapatkan pengembangan. Sebanyak 26 responden (86,67%) menyatakan masih terdapat bagian desain yang perlu dikembangkan. Aspek yang paling banyak mendapat perhatian adalah perlunya pembaruan model yang dipilih oleh 26 responden, kemudian perlunya desain yang terus mengikuti perkembangan tren sebanyak 25 responden, serta perlunya penambahan variasi pilihan warna sebanyak 21 responden. Kondisi

tersebut mengindikasikan bahwa desain produk masih menjadi aspek yang memperoleh perhatian konsumen dan diduga memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian Putra (2022) mengatakan desain produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Irvanto (2020) juga mengatakan bahwa desain produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian Hananto (2021) mengatakan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja".

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

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

1. Terjadinya fluktuasi penjualan sepeda motor yamaha Aerox di *dealer* di Singaraja.
2. Adanya *research gap* dari hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Fokus penelitian dibatasi pada pengkajian pengaruh kualitas produk dan desain produk sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat.
2. Lokus penelitian adalah Kota Singaraja dengan subjek penelitian yaitu pengguna sepeda motor Yamaha Aerox yang telah melakukan pembelian dan menggunakan kendaraan tersebut, sehingga responden dinilai memiliki pengalaman yang relevan untuk memberikan penilaian terhadap variabel yang diteliti.
3. Tempus penelitian dilaksanakan dari bulan Juli 2025 hingga Juli 2026, mulai dari proses pengumpulan data hingga penyelesaian penelitian. Pengambilan data dilakukan pada periode tersebut sehingga hasil penelitian menggambarkan kondisi keputusan pembelian pengguna Yamaha Aerox di Kota Singaraja pada waktu penelitian dilaksanakan.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dari kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja. Perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja?
3. Apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja.
2. Menguji pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja.
3. Menguji pengaruh kualitas produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox di Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, baik dari sisi teori maupun praktik. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam kajian lebih lanjut mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada industri otomotif.

2. Manfaat praktis

   Penelitian ini bermanfaat bagi *dealer* di Singaraja dalam menyusun strategi pemasaran melalui peningkatan kualitas dan desain produk. Bagi produsen Yamaha, penelitian ini memberikan gambaran harapan konsumen agar produk sesuai kebutuhan pasar. Sementara itu, bagi konsumen, penelitian ini

membantu dalam mengambil keputusan pembelian yang lebih tepat. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.