

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan pada dunia bisnis otomotif di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pesatnya persaingan dalam dunia usaha saat ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang khususnya pada industri otomotif. Perusahaan industri otomotif di Indonesia menawarkan berbagai varian produk seperti alat transportasi yaitu sepeda motor. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling penting yang digunakan masyarakat. Selain itu sepeda motor juga dapat membantu masyarakat untuk melakukan aktivitas dan dapat pula menghemat perjalanan untuk sampai tujuan. Selain menghemat perjalanan sepeda motor juga dapat menghindari macet dan dapat meminimalisir pengeluaran bahan bakar minyak (BBM).

Saat ini permintaan konsumen terhadap sepeda motor semakin hari semakin mengalami peningkatan, dengan minatnya masyarakat dapat menyebabkan persaingan semakin ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Kondisi ini mengharuskan setiap perusahaan memiliki strategi yang tepat dalam penjualan suatu produknya. Setiap perusahaan berlomba untuk dapat menciptakan produk yang baru dan dapat menarik perhatian

konsumen, salah perusahaan yang ikut bersaing saat ini adalah sepeda motor Honda. Honda senantiasa menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Honda menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga konsumen dapat memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.

Demi memenangkan pesaing, Honda membuka *dealer* di setiap daerah agar konsumen mudah untuk memperoleh produk yang ditawarkan oleh Honda. Salah satu *dealer* yang ada di Bali tepatnya di Seririt adalah Pos Mertha Buana Motor Seririt, yang beralamat di jalan Sudirman Seririt. Pos Mertha Buana Motor Seririt merupakan salah satu *dealer* resmi yang bergerak dalam bidang penjualan produk-produk Honda. Pos Mertha Buana Motor Seririt menjual berbagai Merek sepeda motor Honda seperti PCX, Scopy, Vario dan Beat. Berikut penjualan sepeda motor pada Pos Mertha Buana Motor Seririt.

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Honda di Pos Mertha Buana Seririt
Bulan Maret- Agustus 2019

No	Merek Honda	Bulan						Total
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	
1	PCX	29	35	43	48	59	66	280
2	Scopy	12	7	13	25	17	22	96
3	Vario	8	5	9	4	16	8	50
4	Beat	9	16	13	8	11	7	65

Sumber: Pos Mertha Buana Motor Seririt

Tabel 1.1 menunjukkan peningkatan penjualan pada sepeda motor Merek PCX pada bulan Maret sampai dengan Agustus tahun 2019. Sepeda motor Merek PCX merupakan produk terbaru dari Honda. Peningkatan pada penjualan sepeda motor PCX dikarenakan tingkat keputusan pembelian yang tinggi yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Kotler (1993) menyatakan bahwa kualitas produk, desain produk dan harga, merupakan faktor terpenting dalam keputusan pembelian karena konsumen akan menyukai atau lebih memilih produk-produk yang menawarkan kualitas yang bagus, desain yang menawan, modern dan memiliki harga yang sesuai dengan apa yang di peroleh konsumen. Sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Afandi (2017) bahwa desain produk, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi salah satu yang dapat berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Dalam membeli suatu produk konsumen akan mencari informasi mengenai kualitas produk yang akan dibelinya. Menurut Oentoro (2010: 127) menyatakan bahwa kualitas produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat dari kualitas suatu produk berkaitan erat dari kepuasan konsumen, yang merupakan dari tujuan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kualitas yang bagus sangat dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sejalan dengan teori yang diungkapkan Zeitham(2016)Kualitas produk yang bagus akan menarik perhatian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Priskyla Wenda, dkk (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk

berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini 2015 bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Selain kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, desain produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Desain produk merupakan salah satu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk. Menurut Amstrong dan Kotler (2008:10) ketika persaingan semakin kuat, desain menawarkan satu cara potensial untuk mendiferensiasikan serta memposisikan produk dan jasa perusahaan. Sejalan dengan teori Menurut Pramono (2012) desain produk nilai yang mengandung terhadap produk dan berupa berpenampilan dengan khas dan menarik, dimana desain produk dapat menghasilkan daya tarik tersendiri yang menarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amron (2018) bahwa ada hubungan positif antara desain produk dan keputusan pembelian. Hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfan Rizqullah (2018) bahwa menyatakan desain produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam melakukan pembelian yang paling utama yaitu harga , karena harga merupakan faktor penting dalam melakukan pembelian. Menurut Saladin (2007) menyatakan bahwa harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Tinggi rendahnya suatu harga selalu menjadi perhatian. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) harga dengan keputusan pembelian, yaitu

harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita Audita (2018) yang menentukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfan Rizqullah (2018) yang menemukan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Melihat faktor yang berpengaruh, berdasarkan informasi, layak untuk dilakukan pengkajian ulang. Pengkajian ulang pada penelitian ini memfokuskan pada kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis sangat tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek PCX”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat di identifikasikan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Terjadi peningkatan penjualan yang diasumsikan berdasarkan pada kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
2. Adanya perbedaan pada penelitian sebelumnya sehingga perlu dilakukan pengkajian ulang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas yang telah dipaparkan, peneliti membatasi masalah hanya mengenai kualitas produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?
3. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?
4. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji kualitas produk, desain peroduk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt.
2. Untuk menguji kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt.

3. Untuk menguji desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt.
4. Untuk menguji harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan akan mempunyai manfaat yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pertimbangan perusahaan dalam menentukan kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

