

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan serta persaingan dalam dunia bisnis terus tumbuh serta terus menjadi maju. Dengan pertumbuhan teknologi serta sains yang berkepanjangan, periperihal itu sudah menimbulkan terus menjadi banyak produk seragam dibuat serta disediakan. Salah satu opsi tersebut wajib cocok dengan keperluan serta keperluan konsumen. Produsen wajib inovatif serta lebih kreatif supaya sanggup menarik atensi serta atensi calon konsumen buat membeli produk yang sudah mereka capai. Suasana ini membolehkan produsen buat tingkatkan kekuatan pasar dengan meluncurkan produk baru, dengan demikian bersaing buat tingkatkan inovasi serta kreativitas. Mobilitas warga yang terus menjadi bertambah, ditambah dengan sedikitnya perwakilan angkutan universal di Indonesia, membuat industri otomotif khususnya sepeda motor tumbuh sangat pesat. Kemunculan kendaraan roda 2 meyakinkan kalau sepeda motor bukan cuma perlengkapan transportasi yang bergerak kilat, namun pula perlengkapan transportasi yang instan serta terjangkau. Oleh sebab itu, warga memerlukan fasilitas transportasi yang efisien serta efisien supaya aktivitasnya mudah serta aman. Dibanding dengan kendaraan yang terdapat, sepeda motor jadi opsi warga yang dikala ini mereka pakai. Sepeda motor ialah kendaraan yang bisa dipunyai oleh bermacam kalangan ekonomi, baik kalangan atas, menengah, apalagi rendah,

dan memproduksi kendaraan roda 2. Banyaknya industri mobil di Indonesia, ini ialah kesempatan besar untuk para pengusaha mobil buat merebut pangsa pasar serta terus meningkatkan produknya sehingga membuat mereka sangat diminati konsumen. Ketetapan konsumen buat mengonfirmasi ataupun memilah sepeda motor Honda tidaklah kebetulan. Selera masyarakat yang beragam membuat mereka menyortir jenis sepeda motor bersumber pada bobot dan desain dari sepeda motor Honda yang diproduksi.

Persaingan di dalam perusahaan yang saat ini terjadi menuntut perusahaan semakin ketat untuk menerapkan dan menawarkan standar produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaing yang dikeluarkannya. Perihal ini terjadi karena bobot produk memutuskan apakah produk tersebut dapat masuk ke pasar. (Kotler dan Armstrong, 2015: 253) mengemukakan bahwasanya bobot produk melambangkan ciri dari suatu produk atau jasa dan bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi keperluan pelanggan. Bobot tergantung pada sekumpulan kegunaan dan fungsi, termasuk ketahanan produk, kemandirian dari produk lain atau komponen lain, eksklusivitas, kenyamanan, termasuk warna, bentuk, kemasan produk dan bentuk eksternal lainnya (Fandy Tjiptono, 2016: 117). Produk yang dicapainya memiliki bobot paling baik dan tinggi akan mampu tumbuh dengan pesat dan mampu merebut pangsa pasar konsumen.

Konsumen adalah destinasi perusahaan yang menyediakan barang dan jasa. Meningkatnya persaingan bisnis di antara pesaing langsung melambangkan ancaman yang kerap dihadapi perusahaan. Dengan demikian perusahaan dituntut lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi sepeda motor sehingga meraupkan

peluang yang besar dan menarik perhatian terhadap konsumen. Keperluan melambangkan keinginan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat menghibahkan kepuasan jasmani maupun rohani. Setiap orang memiliki keperluan yang berbeda, terlebih untuk menarik perhatian orang lain dengan menggunakan barang atau jasa yang dapat meningkatkan gaya pemakainnya. Pada dasarnya, kegiatan transportasi darat yang banyak diminati oleh masyarakat karena kemudahan dalam mengendarinya sehingga banyak di minati masyarakat. Selain bobot produk perihal ini menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah desain produk itu sendiri sehingga dapat mencapai destinasi yang diinginkan konsumen dan pangsa pasar. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran menjadi salah satu alasan menarik produk. (Stanton 2016: 123) Desain produk melambangkan salah satu aspek pembentuk citra produk. Desain unik yang mampu menarik konsumen tentunya akan menghibahkan kesan yang baik terhadap produk yang dirilis. Dengan berkembangnya masyarakat modern, desain produk menjadi fokus konsumen dan pangsa pasar yang memutuskan untuk membeli sepeda motor yang dikeluarkan oleh perusahaan. Bagi perusahaan, melambangkan tantangan untuk dapat mendesain sesuai dengan keperluan dan selera konsumen.

Persaingan yang ketat dalam perusahaan mengharuskan industri sepeda motor terus mengembangkan merek bersumber pada jenis-jenis sepeda motor yang diproduksi perusahaan. Industri pula terus menjadi siuman hendak berartinya nilai pasar dari desain produk yang dijual industri.(Kotler serta Keller, 2016: 156) Desain produk melambangkan seluruh ciri yang berdampak tampilan, rasa serta guna produk yang dikeluarkan cocok dengan keperluan konsumen. Produk yang

dirancang dengan baik melambangkan produk yang disukai konsumen cocok dengan kemauan serta harapannya, gampang dipakai serta gampang diperbaiki, yang hendak berdampak ketetapan konsumen buat membeli produk tersebut. Desain produk sangat erat afiliasinya dengan ketetapan pembelian(Kotler serta Keller, 2015). Banyaknya merk sepeda motor dengan wujud, destinasi serta guna yang sama dikala ini membuat konsumen terus menjadi selektif dalam memilah produk yang hendak dibeli. Produsen sepeda motor terus melaksanakan inovasi produknya buat menarik atensi supaya konsumen ingin membeli produk yang mereka capaiakan.

Masyarakat di Kecamatan Negara melambangkan sasaran dari produsen sepeda motor, untuk mencapai target yang diinginkan produsen terhadap produk yang dijual. Produsen sepeda motor Honda sendiri mengeluarkan sepeda motor Honda dengan tipe yang menarik perhatian masyarakat salah satu tipe sepeda motor yang diproduksi Honda yaitu PCX tipe bisnis, tipe mesin yang dipunyai motor Honda PCX 4 langkah, SOHC, PGM-FI, berpedingin cairan, Esp dengan kapasitas 150 cc. Jumlah penjualan sepeda motor Honda PCX yang dibeli konsumen pada tahun 2018 di kecamatan Negara 230 unit diamati dari tipe sepeda motor Honda PCX yang dibeli konsumen dari ke 3 (tiga) deler tersebut, namun menurun pada tahun berikutnya. Dengan demikian produsen Honda cabang Negara terus menghibahkan daya tarik kepada konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda PCX.

Banyaknya persaingan sepeda motor yang dikeluarkan industri lain, selaras dengan peningkatan persaingan bisnis antara pihak industri yang ada. Berikut data

penjualan sepeda motor Honda PCX bersumber pada data penjualan dari 3 (tiga) perusahaan di cabang Negara.

Tabel.1.1
Data penjualan Sepeda Motor Honda PCX

Data Penjualan Sepeda Motor Honda PCX Bulan Januari 2018 – Desember 2019												
	PT. Nusantara Sakti (NSS) cabang Negara				PT. Bintang Mas cabang Nnegara				PT. Astra Honda Motor cabang Negara			
	PCX CBS 150 CBS (HS1)		PCX 150 ABS (HT1)		PCX CBS 150 CBS (HS1)		PCX 150 ABS (HT1)		PCX CBS 150 CBS (HS1)		PCX 150 ABS (HT1)	
Bulan	2018 (Unit)	2019 (Unit)	2018 (Unit)	2019 (Unit)	2018 (Unit)	2019 (Unit)	2018 (Unit)	2019 (Unit)	2018 (Unit)	2019 (Unit)	2018 (Unit)	2019 (Unit)
Jan	4	3	0	0	3	3	0	1	3	4	3	2
Feb	3	2	0	0	2	2	1	2	5	3	4	4
Maret	2	2	1	1	2	1	3	1	2	2	3	4
April	5	5	3	2	3	2	4	1	3	3	4	2
Mei	6	5	2	3	4	1	3	2	5	4	3	2
Juni	3	3	4	3	5	2	2	3	3	4	4	3
Juli	7	4	3	0	4	3	3	1	8	6	5	2
Agust	4	4	3	3	3	1	3	2	7	5	3	4
Sep	6	5	2	1	2	3	4	3	5	4	2	3
Okt	5	4	2	2	3	2	2	2	6	5	2	2
Nov	3	2	5	5	2	3	3	0	3	4	0	2
Des	4	2	1	0	2	1	0	2	4	3	2	2
Jumlah	52	41	26	20	35	24	28	20	54	47	35	32
Total												414

Bersumber pada pemaparan di atas dapat diamati bahwasanya sepanjang tahun 2018 sepeda motor Honda PCX sendiri mengalami penurunan pejualan dan penurunan harga pada sepeda motor Honda PCX karena konsumen kurang tertarik untuk membeli produk sepeda motor Honda PCX karena diamati dari

bobot dan desain produk dari sepeda motor Honda PCX tersebut. Padaperihal diamati dari bobot dan desain produk dari sepeda motor Honda PCX ini sangat bagus karena produk ini dikeluarkan oleh merek Honda yang dimana Honda selalu menghibahkan bobot produk yang sangat bagus. Ketika konsumen melakukan pembelian sepeda motor Honda PCX, mereka sangat memperhatikan kualitas dari sepeda motor tersebut. Bobot produk sepeda motor Honda PCX sangat berdampak terhadap ketetapan pembelian konsumen.

Dengan demikian, desain produk jadi salah satu periperihal yang jadi pertimbangan konsumen dikala membeli. Desainnya yang unik pastinya bisa menarik konsumen buat membeli serta mempunyai produk yang dirilis. Ikatan antara desain produk serta ketetapan pembelian hendak memastikan energi tarik konsumen. Terus menjadi bagus desain produknya hingga terus menjadi besar pula atensi konsumen buat membeli produk tersebut. Namun diamati dari data masyarakat Kecamatan Negara sendiri sedikit yang memiliki sepeda motor Honda PCX, sehinggalah mengalami naik turun setiap bulannya, perihal ini dikarenakan keluarnya produk baru dari merek lain, yang mengakibatkan kurangnya minat konsumen untuk membeli sepeda motor Honda PCX tersebut. Oleh karena itu pengkaji tertarik untuk melakukan riset mengenai ketetapan pembelian pada sepeda motor Honda PCX dengan bobot produk dan desain produk bagaikan variabel independen. Riset ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX pada Masyarakat di Kecamatan Negara”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber pada pemaparan dari latar belakang tersebut, dapat direkognisi perprobleman riset bagaikan berikut:

- (1) Bahwasanya terjadi fluktuasi penjualan dan kurangnya minat pembelian produk sepeda motor Honda PCX di Kecamatan Negara dikarenakan banyak kemunculan produk sepeda motor yang sejenis.
- (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 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu dan biaya maka pengkaji membatasi permasalahan riset bagaikan berikut :

- (1) Fokus riset ini dibatasi pada perihal yang berhubungan dengan Bobot Produk dan Desain Produk terhadap ketetapan pembelian sepeda motor Honda PCX pada Masyarakat di Kecamatan Negara.
- (2) Riset ini dilakukan pada subyek yang dipilih adalah pada Masyarakat di Kecamatan Negara untuk mempermudah penulis dalam melakukan riset.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Bersumber pada latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan bagaikan berikut.

- (1) Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara?
- (2) Apakah ada pengaruh desain produk dampak terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara?
- (3) Apakah ada pengaruh kualitas produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara?

1.5 Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan masalah, maka destinasi riset ini adalah untuk mengetahui perihal-perihal bagaikan berikut.

- (1) Untuk menguji dampak parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara.
- (2) Untuk menguji dampak parsial desain produk terhadap keputusan pembelian motor sepeda Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara.
- (3) Untuk menguji dampak simultan kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Capaian riset ini diharapkan akan mempunyai manfaat bagaikan berikut:

(1) Manfaat Teoritis

Capaian riset ini diharapkan dapat menghibahkan sumber pengetahuan dalam pengembangan ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang bobot produk dan desain produk terhadap ketetapan pembelian.

(2) Manfaat Praktis

Capaian Riset ini diharapkan dapat dipakai oleh pihak pada perusahaan bagaikan bahan atau dasar pertimbangan dalam strategi pemasaran khususnya bagaimana memutuskan bobot produk dan desain produk terhadap ketetapan pembelian.

