

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi saat ini kebutuhan terhadap alat transportasi menjadi hal yang penting bagi setiap orang. Dimana perkembangan teknologi telah mengubah kebutuhan dan keinginan sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi dibandingkan alat transportasi umum. Salah satu alat transportasi pribadi yang banyak digunakan sebagian orang dalam aktivitas sehari-hari yaitu Sepeda Motor. Sepeda motor merupakan jenis kendaraan roda dua yang dianggap lebih mudah dan cepat apabila digunakan dalam keadaan menghindari kemacetan lalu lintas dari pada menggunakan kendaraan roda empat. Terpilihnya sepeda motor sebagai sarana transportasi yang banyak diminati, disebabkan karena adanya keunggulan dari sepeda motor itu sendiri seperti kenyamanan, kemampuan dalam menerobos kemacetan yang terjadi di jalan raya, biaya perawatan yang rendah, biaya bahan bakar, serta efektivitas waktu perjalanan [1].

Tingginya tingkat permintaan masyarakat terhadap sepeda motor ternyata tidak disia-siakan oleh para produsen sepeda motor untuk memproduksi semakin banyak model yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Hal ini menjadi peluang bagi para industri otomotif khususnya pada transportasi sepeda motor yang merupakan alternatif paling efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan sehari-hari untuk terus melakukan inovasi produk. Adanya berbagai kelebihan yang dihasilkan kendaraan roda dua ini membuat perusahaan – perusahaan sepeda motor selalu melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan, salah satunya yaitu perusahaan Honda yang selalu mengutamakan kelengkapan dan kepraktisan dengan adanya berbagai fitur keamanan yang diciptakan. Honda mengeluarkan produk dengan segmen skutermatik untuk menarik perhatian konsumen yaitu Honda Vario yang dilengkapi dengan teknologi keamanan, disamping itu juga dikenal sebagai motor matik yang memiliki konsumsi bahan bakar yang efisien [2].

Kelurahan Tegal Sari Mandala II merupakan kelurahan yang terletak di Kecamatan Medan Denai Kota Medan yang berkembang sebagai daerah jasa perdagangan, permukiman dan lain-lain. Dimana dalam wilayah tersebut banyak masyarakat / warga yang menggunakan sepeda motor dalam melakukan aktivitas sehari-hari sebagai sarana transportasi. Salah satu sepeda motor yang menjadi pilihan masyarakat adalah sepeda motor Honda Vario, peneliti memilih Masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan untuk dijadikan objek penelitian karena melihat banyaknya masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan yang menggunakan sepeda motor Honda Vario.

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan salah satu produsen sepeda motor yang tetap ada di Indonesia sampai saat ini. Perusahaan Honda pertama kali mengeluarkan sepeda motor jenis matik yang diberi nama Vario. Sepeda motor matic yang mudah digunakan tanpa operan gigi manual cukup dengan menggunakan satu aklerasi dan adanya varian type yang semakin beragam membuat para industri motor berlomba-lomba mengeluarkan sepeda motor jenis matic. Salah satu pesaing utama Honda adalah Yamaha, dimana produsen tersebut lebih dahulu mengeluarkan sepeda motor jenis matik yaitu Yamaha Mio. Sepeda motor Honda vario merupakan skutermatic yang diproduksi Honda yang selalu mengutamakan kepraktisan dengan beberapa keunggulan yang belum dimiliki kompetitor merek lain seperti pengamanan kunci ganda, adanya *idling stop system* serta berbahan bakar injeksi, ternyata tidak menyebabkan perkembangan penjualan yang signifikan dipasaran. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian konsumen terhadap Honda Vario tidak selalu mengalami peningkatan.

Dalam memilih suatu produk konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk menentukan keputusannya, mereka pasti mencari tahu informasi mengenai produk, bagaimana citra mereknya, bagaimana kualitas produknya, rancangan desain dan bentuk produk, serta mereka juga melihat dari sisi harga yang ditawarkan perusahaan terhadap suatu produk. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek yang ada didalam kumpulan pilihan [3]. Diantara beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, pada penelitian ini peneliti menganalisis keputusan pembelian tersebut melalui variabel citra merek, kualitas produk, dan harga. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen

melakukan perencanaan memenuhi kebutuhan serta mengintegrasikannya hingga konsumen menetapkan pilihan atas sebuah produk dan kemudian melakukan pembelian. Keputusan membeli merupakan suatu proses pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan itu diperoleh dari kegiatan pembelian sebelumnya [4].

Salah satu produsen sepeda motor di Indonesia yang produknya banyak diminati para pengguna sepeda motor dan juga memiliki penjualan tertinggi dibanding jenis sepeda motor lain adalah produk dari PT Astra Honda Motor. Sepeda motor Honda yang terus melakukan inovasi terbaru dan memberikan kualitas yang mengesankan terhadap konsumen menunjukkan bahwa sepeda motor Honda adalah penguasanya. Berikut adalah data penjualan Sepeda Motor Tahun 2018 – 2019 yang diperoleh melalui AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia).

**Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2018 – 2019**

Merek	2018	2019
Honda	4.759.202	4.910.688
Yamaha	1.455.088	1.434.217
Suzuki	89.508	71.861
Kawasaki	78.982	69.766
TVS	331	898
<b>Total</b>	<b>6.383.111</b>	<b>6.487.430</b>

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia)

Berdasarkan Tabel 1.1 predikat penjualan sepeda motor terlaris menjadi milik Astra Honda Motor sebagai pemegang merek yang menguasai pangsa pasar 75,7% *market share* dari total penjualan sebanyak 4.910.688 unit yang menunjukkan kenaikan sebesar 3,18% dari penjualan tahun 2018. Data penjualan motor semua anggota AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) yaitu Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS mencatat pertumbuhan naik sebesar 1,63% dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2019, AISI berhasil mencatat jumlah penjualan sebanyak 6.487.430 unit sedangkan, pada 2018 sebanyak 6.383.111 unit.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Citra merek atau *brand image* adalah sesuatu yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek [3]. Citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan

menciptakan keunggulan dalam bersaing. Citra merek merupakan sebuah nama, istilah, tanda, symbol, desain atau kombinasi semuanya, yang ditujukan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan saingan [1].

Sebagai pengujian awal, peneliti melakukan prasurvei dengan mewawancarai beberapa masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka mengenai citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Vario. Sehingga peneliti memperoleh informasi, bahwa citra merek sepeda motor honda Vario cukup baik, karena pada dasarnya perusahaan Honda sendiri sudah banyak mengeluarkan produk dengan citra merek yang tinggi dan mudah diingat oleh masyarakat. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian [1]. Sedangkan hasil pada penelitian lainnya menyatakan secara parsial variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [5].

Selain faktor citra merek ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya [6]. Kualitas produk merupakan sebuah produk yang mempunyai karakteristik dan ciri khusus untuk memuaskan kebutuhan konsumen berdasarkan kemampuannya untuk di implementasikan [2]. Setiap produk diharapkan dapat memberikan nilai dan kualitas yang maksimal maka perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan. Kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Honda Vario merupakan sepeda motor matic pertama PT Astra Honda Motor (AHM) yang dipasarkan di Indonesia. Munculnya dimulai pada bulan September 2006 dan terus berevolusi hingga saat ini, salah satu hasil dari revolusinya yaitu Vario 150. Sepeda motor ini memiliki ciri khas penampilan yang eksklusif dan premium. Kapasitas mesin vario 150 adalah 149,3 cc SOHC berpendingin cairan sesuai dengan jenis mesinnya yang dibekali teknologi Enhanced Smart Power (eSP) yang mampu memaksimalkan pembakaran secara efisien dan meminimalisir gesekan. Kualitas produk juga

terintegrasi dengan Alternating Current Generator yang membuat suara mesin menjadi lebih halus saat dihidupkan. Satu hal yang menjadi keunggulan Sepeda Motor Honda Vario yakni memiliki daya tampung bagasi yang besar, yang sangat berguna dalam kegiatan sehari-hari, terutama pada masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II yang mayoritas masyarakatnya adalah pedagang.

Berdasarkan hasil prasarvei yang dilakukan terhadap masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II, Kualitas produk dari sepeda motor Honda Vario memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan jenis sepeda motor lainnya, dengan bodynya yang cukup besar dan kokoh membuat masyarakat yakin dan percaya bahwa sepeda motor Honda Vario dapat digunakan untuk aktivitas mereka sehari-hari. Hal ini diperkuat dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian [1]. Hasil perbandingan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan Honda Vario, maka semakin meningkat keputusan pembelian. Namun berbeda, pada penelitian lainnya yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh *negative* atau tidak signifikan terhadap keputusan pembelian [7].

Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Harga. Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk [8]. Harga merupakan faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian [9]. Penentuan harga sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun luar perusahaan. Adapun fokus pada penelitian ini adalah sepeda motor Honda Vario yang merupakan jenis sepeda motor yang dapat dikendarai oleh setiap kalangan baik pria maupun wanita dengan harga yang lebih kompetitif. Honda vario merupakan motor bertransmisi otomatis yang diproduksi oleh Astra Honda Motor di Indonesia sejak tahun 2006 yang dimaksudkan untuk mengantisipasi makin populernya motor matic di pasar sepeda motor Indonesia.

Berdasarkan hasil prasarvei yang dilakukan terhadap Masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II, Harga yang ditawarkan sepeda motor Honda Vario cukup tinggi dibandingkan jenis sepeda motor lainnya, namun ada juga yang berpendapat bahwa harga tinggi yang ditawarkan memiliki *spesifikasi* yang tinggi juga sesuai dengan

keinginan konsumen yang membuat konsumen merasa puas dan tertarik, sehingga tinggi pula tingkat keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. *Spesifikasi* yang dimaksud adalah Desainnya yang lebih sporty dan terkesan modern, Mesin yang berkapasitas Cc, Teknologi eSP yang mampu memaksimalkan pembakaran, dan fitur-fitur lainnya. Hal ini diperkuat dari penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian [2]. Sedangkan hasil dari penelitian lainnya, variabel harga terdapat pengaruh yang positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian [10].

Dalam meningkatkan keputusan pembelian, suatu perusahaan harus memiliki citra merek yang baik dimata konsumen, citra merek yang baik dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan, perusahaan dengan citra merek yang baik dapat meningkatkan penjualan perusahaan sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam menciptakan suatu produk atau jasa, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kualitas produk yang sesuai dengan jenis kebutuhan masyarakat, kualitas produk yang baik dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Harga merupakan inti dari kegiatan pemasaran untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Keputusan mengenai Harga tidaklah mudah, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek namun disisi lain produk tersebut akan sulit dijangkau oleh masyarakat, sedangkan harga yang terlalu murah menciptakan pangsa pasar yang meningkat dan disatu sisi margin kontribusi dan laba yang diperoleh menjadi sangat kecil. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk dapat menyesuaikan harga dengan manfaat yang diperoleh dari suatu produk, dimana kesesuaian harga yang dimaksud adalah harga yang terjangkau sesuai dengan daya beli konsumen, serta sistem pembayaran yang mudah untuk proses pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut kemudian dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (studi kasus pada masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah Variabel Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada masyarakat kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan?
2. Apakah Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada masyarakat kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan?
3. Apakah Variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada masyarakat Tegal Sari Mandala II Medan?
4. Apakah Variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara bersama – sama terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada masyarakat Tegal Sari Mandala II Medan?

## 1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian diatas, ruang lingkup penelitian dibatasi pada hal-hal berikut ini:

1. Variabel Terikat : Keputusan Pembelian (Y)
2. Variabel Bebas : Citra Merek ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ )
3. Subjek penelitian : Sepeda Motor Honda Vario
4. Objek Penelitian : Masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan
5. Periode pengamatan : Pengamatan dilakukan bulan April hingga Juni 2021

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi banyak pihak yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dalam bidang pemasaran serta memberikan pengetahuan yang lebih mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga dalam menentukan keputusan pembelian yang dapat digunakan dimasa yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan sebagai ilmu pengetahuan bagi mahasiswa dan pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, dan harga yang sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan dan pengembangan dalam menjalankan bisnisnya.

### **1.6 Originalitas**

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (studi kasus mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha angkatan tahun 2015)” [1]. Adapun alasan peneliti mereplikasi dari penelitian sebelumnya adalah ingin mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario di Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan serta membandingkan hasil yang diperoleh dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan Variabel Citra Merek dan Kualitas Produk, sedangkan pada penelitian ini penulis menambahkan variabel Harga.

Adapun alasan penulis memilih variabel Harga yaitu karena Harga merupakan jumlah atau suatu nilai yang ditukarkan untuk memperoleh produk atau jasa. Dengan begitu Harga dapat membantu konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

2. Pada penelitian terdahulu, penulis melakukan dengan studi kasus pada mahasiswa Jurusan Manajemen Undikhsa angkatan tahun 2015, sedangkan pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan studi kasus pada Masyarakat Kelurahan Tegal Sari Mandala II Medan.
3. Periode penelitian sebelumnya pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL