

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan masyarakat akan penggunaan kendaraan bermotor sangatlah mengalami perkembangan. Sejalan dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat maka kemajuan teknologi pun turut mengalami perkembangan dengan pesat. Kebutuhan manusia yang terus menerus berkembang menjadikan masyarakat membutuhkan suatu hal yang dapat membantu mengefektifkan dan mengefisienkan pekerjaan mereka. Dalam bidang transportasi sepeda motor menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat karena mendukung kegiatan masyarakat di luar rumah. Sepeda motor dapat menjadi pilihan yang pas bagi masyarakat jika ingin bepergian karena dapat mempermudah dan mempercepat untuk sampai ke tujuan.

Semakin meningkatnya kebutuhan sepeda motor setiap tahunnya, membuktikan bahwa alat transportasi menjadi suatu kebutuhan primer bagi masyarakat. Sepeda motor banyak diminati karena bentuknya yang lebih kecil serta pengoperasiannya lebih mudah dibandingkan mobil. Pengguna sepeda motor yang tiap tahun selalu meningkat membuat perusahaan otomotif saling bersaing untuk mendapatkan hati konsumen. Saat ini banyak perusahaan yang mulai menawarkan beragam pilihan bagi masyarakat mulai dari merek, harga, kualitas dan desain. Beberapa perusahaan seperti Honda, Yamaha, Kawasaki dan Suzuki merupakan produsen sepeda motor yang namanya sudah tidak asing di Indonesia.

Sepeda motor matic di Indonesia menjadi favorit bagi masyarakat saat ini tidak heran jika produsen sepeda motor saling bersaing untuk menarik minat beli. Hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah terus menerus mengembangkan kualitas produk dan desain produk mereka agar menarik minat beli masyarakat. Produk yang memiliki kualitas yang tinggi menjadi salah satu faktor penting agar dapat menghasilkan nilai konsumen yang tinggi (Naumann, 1995). Produsen perlu mengerti terkait perilaku konsumen terhadap suatu produk sehingga yang dapat dilakukan setelahnya mencari cara untuk membuat konsumen tertarik untuk membeli. Jika produsen tidak menyiapkan strategi yang tepat untuk penjualan mereka maka tidak akan dapat bertahan karena persaingan antar kompetitor yang begitu ketat. Sebagai konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk melakukan berbagai pertimbangan serta mengumpulkan berbagai informasi produk yang akan dibeli adalah hal yang perlu dilakukan. Hal tersebut dengan harapan untuk menghindari penyesalan dikemudian hari.

Produk yang dihasilkan Honda selalu menarik minat masyarakat untuk membeli salah satunya adalah Honda Beat yang selalu meraih peringkat pertama selama 3 tahun berturut-turut, tetapi walaupun berada di peringkat pertama tetapi indeks perolehan mengalami penurunan di setiap tahunnya hal tersebut dapat dibuktikan melalui data TBI (Top Brand Index) berikut :

Tabel 1.1 TBI (Top Brand Index) Motor Matic Tahun 2019-2021

Merek	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2021
Honda Beat	36.3%	35.8%	35.6%
Honda Vario	18.5%	24.5%	21.9%
Yamaha Mio	12.9%	13.6%	12.9%
Honda Scoopy	9.1%	8.9%	12.1%
Honda PCX	4.4%	5.1%	5.2%

Sumber : www.topbrand-award.com

Data Top Brand Index (TBI) dapat diperoleh berdasarkan tiga parameter yang didapat langsung melalui survey kepada pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa. Parameter pertama adalah *Mind Share* yang merupakan indikator yang mana untuk mengetahui merek yang terlintas dibenak konsumen ketika menyebut suatu produk. Parameter kedua adalah *Market Share* yang merupakan indikator untuk mengetahui merek terakhir yang digunakan oleh konsumen. Parameter ketiga adalah *commitment share* yang mana indikator tersebut berkaitan dengan loyalitas pelanggan terhadap merek yang akan digunakan di masa yang akan datang.

Salah satu perusahaan yang mengembangkan produk sepeda motor matic adalah PT. Astra Honda Motor (AHM) yang merupakan salah satu perusahaan terbesar produsen sepeda motor di Indonesia.. Produk sepeda motor matic yang telah dihasilkan adalah Honda Beat, Honda Vario, Honda Scoopy, dan Honda PCX. Produk tersebut menjadi salah satu produk yang paling terkenal dan diminati di kalangan masyarakat. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli produk Honda adalah terkait kualitas dan desainnya. Kualitas produk yang ditawarkan Honda Beat

tidak jauh berbeda dengan merek lainnya. Berikut terdapat beberapa permasalahan yang menjadi kendala beberapa konsumen seperti lampu depan motor yang mudah sekali putus, karburator yang gampang kotor, kendaraan sering mendadak mati, *mesin overheat* serta tarikan yang berat. Dari beberapa permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Desain dari sepeda motor Honda Beat sendiri disetiap generasinya selalu mengalami pembaharuan mulai dari mesin yang saat ini lebih baru menggunakan eSAF yang membuat mesin Honda Beat menjadi lebih ringan, selain itu fitur Honda Beat yang telah diperbarui lainnya adalah lampu depan yang LED dan memiliki *power charger*. Untuk varian warna sendiri sejak 2012 Honda Beat memiliki 6 varian yaitu *Samba Orange, Electro Red, Hard Rock Black, Funk White, Power Black, dan Techno White*. Untuk Honda Beat yang rilis terbaru tampilan warna lebih elegan dan lebih variatif dengan 10 pilihan warna.

Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan bahwa kategori sepeda motor *matic* dengan merek Honda Beat pada tahun 2019 berada di peringkat kesatu dengan index mencapai 36.3%. Selanjutnya pada tahun 2020 sepeda motor dengan merek Honda Beat tetap mempertahankan peringkatnya yaitu kesatu dengan index mencapai 35.8% turun 0.5% dibandingkan dengan tahun 2019. Lalu tahun 2021 sepeda motor dengan merek Honda Beat tetap berada di urutan kesatu dengan index 35.6% yang turun 0.2% dibandingkan dengan tahun 2020. Dari data tersebut menunjukkan walaupun Honda Beat tetap

dapat mempertahankan posisi pertama tetapi nilai index mengalami penurunan selama 3 tahun terakhir.

Data lain yang dapat menunjukkan terjadinya penurunan penjualan Honda Beat terlihat dalam data penjualan di AHASS MPM Larangan Kabupaten Sidoarjo selama 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor Honda Beat di AHASS MPM Larangan

No	Bulan	Tahun		
		2019	2020	2021
1	Januari	119	65	42
2	Februari	91	137	47
3	Maret	119	89	78
4	April	124	28	66
5	Mei	135	23	66
6	Juni	95	33	79
7	Juli	143	53	56
8	Agustus	106	42	84
9	September	119	48	85
10	Oktober	121	54	78
11	November	91	44	81
12	Desember	94	66	84
TOTAL		1.357	682	846

Sumber : Data Internal Perusahaan

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan Honda Beat pada kurun waktu 2019 sampai 2021 menunjukkan penurunan. Pada tahun 2019 menunjukkan bahwa penjualan mengalami naik turun dengan penjualan terendah berada pada bulan Februari dan November yaitu 91 unit dan

penjualan tertinggi terjadi pada bulan Mei yaitu 135 unit. Sehingga total penjualan untuk tahun 2019 adalah sebanyak 1.357 unit. Tahun 2020 penjualan mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun 2019 hal ini dikarenakan adanya pandemi covid yang melanda Indonesia. Penjualan terendah di tahun 2020 terjadi pada bulan Mei yaitu sebanyak 23 unit dan penjualan tertinggi pada bulan Februari yaitu 137 unit. Sehingga total penjualan tahun 2020 adalah sebanyak 682 unit. Tahun 2021 penjualan mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2020 yang dimulai pada bulan April dengan jumlah 66 unit, Mei dengan jumlah 66 unit, Juni dengan jumlah 79 unit, Juli dengan jumlah 56 unit, Agustus dengan jumlah 84 unit, September dengan jumlah 85 unit, Oktober dengan jumlah 77 unit, November dengan jumlah 81 unit dan Desember dengan jumlah 84 unit. Dari data TBI dan data penjualan menunjukkan bahwa penjualan mengalami fluktuatif yang cenderung turun. Walaupun pada tahun 2021 mengalami kenaikan dibanding tahun 2020 tetapi tidak bisa sebanyak dengan jumlah tahun 2019. Adanya penurunan penjualan menunjukkan bahwa terjadi kurangnya pemenuhan kebutuhan bagi konsumen sehingga keputusan pembelian mengalami penurunan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya seperti kualitas produk dan desain produk.

Kualitas produk dan desain produk memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian suatu produk. Kualitas produk dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk karena semakin baik performa atau kinerja dari produk tersebut maka dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan ketika telah membeli produk. Menurut Wijaya (2011) kualitas produk merupakan penggabungan keunikan produk secara menyeluruh yang nantinya produk tersebut diproduksi untuk nantinya dapat memenuhi harapan dari konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler dan Garry (2018) kualitas produk menjadi salah satu kedudukan utama bagi pemasaran karena kualitas dapat memengaruhi kinerja dari suatu produk yang nantinya berkaitan dengan nilai kepuasan bagi pelanggan.

Desain produk dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk karena semakin menarik desain maka akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:273) berpendapat desain yang baik mampu memberi suatu kontribusi untuk kegunaan produk dan penampilan. Menurut Hidayah (2017) desain produk adalah suatu peristiwa praktis yang meliputi komponen seperti ekonomi, global, sosial, teknologi dan budaya dalam berbagai disiplin ilmu. Menurut Mustikasari (2014) desain produk adalah suatu ringkasan dari komponen-komponen yang mampu mempengaruhi penampilan dan kinerja produk sesuai dengan spesifikasi pelanggan.

Keputusan pembelian dapat terjadi ketika seseorang dapat memilih produk yang ingin dibeli setelah melakukan berbagai riset terhadap pesaing lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2012) keputusan pembelian merupakan semua pengalaman baik dalam belajar, memilih, memakai, dan bahkan membuang produk. Menurut Peter dan Olson (2005) keputusan pembelian adalah suatu proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk

mengevaluasi dua atau bahkan lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya. Menurut Martini (2015) keputusan pembelian merupakan cara dalam menyelesaikan masalah dalam hal pekerjaan masyarakat untuk membeli produk atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keperluannya termasuk kebutuhan dan keperluan, mencari informasi, mengevaluasi hal-hal lain.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Honda Beat di AHASS MPM Larangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperoleh informasi yang lebih banyak dan mendalam untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap sepeda motor Honda Beat dan hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian referensi terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan permasalahan yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menyumbangkan ide, pemikiran, informasi dan gambaran serta masukan yang berguna bagi AHASS MPM Larangan.