

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi, segala sesuatu berjalan dengan begitu pesat. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, dunia industri berkembang semakin luas, kompleks dan bervariasi. Perusahaan berusaha untuk meraih Pangsa pasar untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha harus terus melakukan inovasi untuk tetap bertahan dalam persaingan pasar yang semakin meningkat tajam.

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan dunis bisnis, khususnya otomotif telah mengalami banyak perkembangan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih yang mempermudah dalam mempromosikan dan memperkenalkan produk yang diciptakan. Untuk itu, perusahaan otomotif harus berusaha keras untuk memenangkan persaingan di industri.

Dewasa ini, penjualan sepeda motor memang cukup menggiurkan karena kebutuhan berkendara bagi konsumen terus meningkat. Khususnya, di zaman yang serba cepat seperti saat ini, sepeda motor menjadi salah satu andalan bagi masyarakat untuk menunjang aktivitas mereka sehari-hari. Khususnya untuk berpergian jauh dengan bawaan barang dan peralatan yang banyak, tentu sulit, jika sepeda motor yang dibawa dengan kapasitas yang tidak besar, seperti sepeda motor Honda *Beat* Oleh karena itu, perusahaan otomotif

harus lebih memperhatikan faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor Pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Pada dasarnya untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan dapat dilakukan, salah satunya dengan memproduksi dan memasarkan produk yang memiliki kualitas yang terbaik, sebab kualitas produk diduga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian pada konsumen. Konsumen sangat jeli / teliti dalam menentukan kualitas yang terbaik. Mereka ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk yang digunakan. Namun kenyataannya, tidak semua perusahaan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen mereka.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, ditemukan bahwa kualitas produk sepeda motor merek Honda *Beat* kurang baik. Warga cenderung memilih sepeda motor merek lain, yaitu Yamaha disebabkan Honda *Beat* dinilai oleh warga kualitas produknya kurang baik, terlebih lagi dengan ukuran *body* yang kurang besar membuat mereka tidak dapat membawa barang atau peralatan yang banyak. Hal ini yang menyebabkan berkurangnya keputusan pembelian pada sepeda motor Honda *Beat*.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah merek. Merek merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dipertahankan. Keberadaan merek dianggap sebagai salah satu hal utama

dalam bisnis untuk menarik konsumen agar mungkin dapat membeli produk tersebut. Masyarakat cenderung tertarik akan suatu produk yang mereknya sudah memiliki citra yang baik, unggul dalam pasar dan banyak diminati oleh konsumen, sehingga merek menjadi salah satu acuan untuk menentukan yang akan dibeli oleh konsumen, seperti yang terjadi pada warga RW 07 Jatinegara Cakung di Jakarta.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, ditemukan bahwa merek sepeda motor lain lebih bergensi, contohnya yaitu merek Yamaha. Oleh karena itu, mereka lebih memilih untuk membeli motor merek Yamaha dibandingkan Honda *Beat*, sehingga keputusan pembelian motor Honda *Beat* dapat dikatakan terbilang cukup rendah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain. Desain mungkin merupakan salah satu hal yang utama dari suatu produk disebabkan oleh karena konsumen mungkin menginginkan untuk membeli produk yang memiliki desain yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu misalnya desain produk yang menarik. Desain produk motor saat ini sangat banyak, bila desain tidak menarik, maka konsumen tidak akan jadi membeli produk tersebut. Tetapi sayangnya, tidak semua desain sepeda motor sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, diperoleh informasi bahwa desain motor Honda *Beat* kurang variatif. Desain sepeda motor merek Honda

*Beat* terlihat tidak *up to date* dan desainnya kurang menarik bagi konsumen, yaitu terlalu simpel dan kurang bervariasi. Oleh karena hal tersebut, konsumen kurang tertarik dan menyebabkan rendahnya keputusan pembelian sepeda motor merek Honda *Beat*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, kualitas produk, merek dan desain. Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk peneliti tentang keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang kurang baik.
2. Merek sepeda motor lain lebih bergensi.
3. Desain kurang variatif.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian”.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian ?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara merek dengan keputusan pembelian ?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai hubungan antara kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal lain yang terdapat dalam skripsi ini. Sehingga, mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik lagi.

3. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah dan dijadikan referensi bagi peneliti lainnya tentang hubungan kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian.

#### 4. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, untuk memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

#### 5. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas produk dan merek. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.