

# **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. Perusahaan berusaha untuk meraih pangsa pasar untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan. Hal ini membuat para pelaku usaha harus terus melakukan inovasi untuk tetap bertahan dalam persaingan pasar yang semakin tajam.

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan dunia 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 berusaha keras untuk memenangkan persaingan industri.

Secara umum industri otomotif terbagi menjadi dua jenis, roda empat ( mobil ) dan roda dua ( motor ). Salah satu permintaan konsumen yang terus meningkat pada industri otomotif di Indonesia adalah kendaraan roda dua atau kendaraan bermotor.

Dalam menghadapi persaingan yang kompetitif serta dengan semakin banyaknya pilihan produk dari para pesaing, maka dalam usaha menarik konsumen PT. Astra Honda Motor menempuh beberapa langkah strategi pemasaran mulai dari penerapan harga produk yang kompetitif dan desain produk yang menarik.

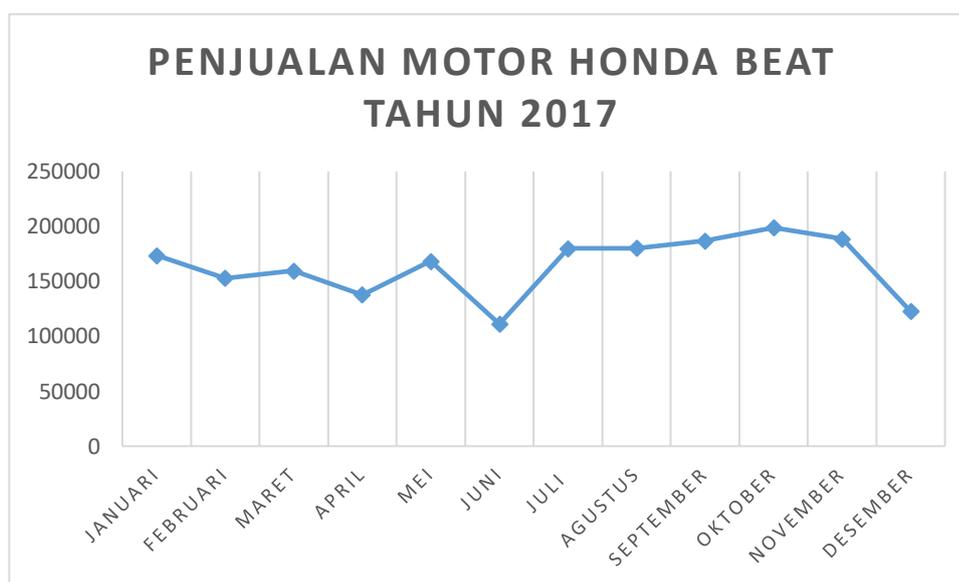
Setiap strategi yang diterapkan akan memberikan hasil maksimal sesuai dengan tujuan perusahaan. Adanya tingkat persaingan yang sulit menyebabkan banyak perusahaan yang berusaha mempertahankan konsumennya, menarik konsumen baru dan bahkan dapat merebut konsumen dari perusahaan pesaing untuk pindah pada produk yang dihasilkan perusahaan itu. Hal ini berarti strategi perusahaan yang diterapkan harus dapat mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian.

Persaingan pangsa pasar industri sepeda motor di Indonesia semakin terbuka, pada saat ini tidak hanya ramai oleh produsen dari Jepang seperti Honda dan Yamaha yang selama ini mendominasi pangsa pasar di Indonesia, tetapi produsen sepeda motor dari berbagai negara lainnya kini ikut bersaing.

Sepeda motor digunakan sebagai sarana transportasi dalam menunjang keseharian. Selain mudah dalam pengoperasian, perawatannya cukup mudah. Semakin banyaknya produsen sepeda motor yang bersaing di Indonesia maka semakin tinggi pula persaingan antara produsen sepeda motor. Hal ini berlaku di dalam persaingan industri sepeda motor di Indonesia. Kebutuhan masyarakat akan sebuah alat transportasi yang nyaman, irit, cepat, efisien dan terjangkau mengakibatkan produk sepeda motor menjadi salah satu alat transportasi yang

diminati oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Konsumen beranggapan bahwa produk sepeda motor adalah alat transportasi yang memiliki harga terjangkau dan mudah dalam perawatannya. Bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, sepeda motor menjadi satu-satunya untuk memiliki alat transportasi darat pribadi yang sesuai dengan kemampuan ekonominya.

Tabel 1.1. Penjualan Motor Honda Beat Tahun 2017



*Sumber : AISI ( Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia )*

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penjualan sepeda motor honda beat pada akhir tahun 2017 mengalami penurunan.

Dalam pengembangan teknologi sepeda motor saat ini, perusahaan saling bersaing untuk merebut konsumen melalui harga yang bersaing dan desain produk yang membuat menarik para konsumen, serta merek yang mampu memberikan citra yang bagi para pengguna. Beberapa merek motor yang saling bersaing di pasar industri indonesia adalah Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS.

Keberadaan produk sepeda motor pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi, juga mempengaruhi perusahaan dalam perolehan laba atau keuntungan melalui keputusan pembelian untuk membeli sepeda motor. Dengan adanya sepeda motor mahasiswa akan lebih menghemat waktu, dibandingkan berjalan kaki atau menggunakan angkutan, menggunakan motor akan lebih cepat sampai ke tempat tujuan. Tetapi di Fakultas Ekonomi, keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa tergolong rendah. Dalam melakukan keputusan pembelian mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor seperti harga, merek dan desain.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan gambaran bagi penjual dan pembeli terhadap kemampuannya dalam menjual dan memiliki barang atau jasa tersebut. Apabila harga dari suatu produk yang ingin dibeli sesuai dengan penilaian dan kemampuannya maka konsumen tersebut akan memutuskan untuk membeli barang tersebut. Pada dasarnya konsumen di Indonesia selalu memaksakan keinginannya untuk membeli produk yang desainnya menarik. Tetapi pada kenyataannya peneliti menemukan bahwa desain yang diterapkan pada suatu produk menjadi daya tarik bagi produk tersebut. Menurut survei awal yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, bahwa motor Honda memiliki harga yang relatif mahal, salah satu produk motor merek Honda yaitu *Beat* dengan harga yang relatif mahal memiliki desain yang sama dengan sebelumnya, konsumen berpendapat bahwa desain pada motor Honda *Beat* kurang menarik dan pada bagasi motor Honda *Beat* tidak memuat barang banyak.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain. Desain mungkin merupakan salah satu hal yang utama dari suatu produk disebabkan oleh karena konsumen menginginkan membeli produk yang desainnya mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Desain produk motor saat ini sangat banyak bila desain tidak menarik maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut. Tetapi, tidak semua desain sepeda motor sesuai keinginan dengan konsumen. Menurut survei awal yang peneliti lakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, bahwa desain motor 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*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Jika suatu merek sudah dianggap buruk oleh konsumen, maka hal tersebut akan berdampak buruk bagi perusahaan itu sendiri, sebab akan menurunkan tingkat kepercayaan pada konsumen terhadap merek tersebut, sehingga mengakibatkan keengganan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut survei awal yang dilakukan oleh peneliti di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Citra Merek motor Honda *Beat* terbilang buruk, karena Honda *Beart* sering bermasalah misalnya motor tidak berjalan dengan maksimal dan pada bagian lampu dengan cepat mati dibanding merek lain dan yang terakhir

adalah Honda *Beat* memiliki *ground clearance* yang relatif rendah sehingga ketika membawa penumpang atau membawa barang terlalu terbebani.<sup>1</sup>

Diantara pasar-pasar potensial yang menjadi sasaran Honda, yang merupakan target potensi pasar Honda adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Mahasiswa bisa dikatakan konsumen yang selektif dalam membeli produk kendaraan roda dua. Dengan adanya desain produk yang menarik konsumen dapat memiliki pandangan dan mengevaluasi produk yang akan dibeli.

Desain produk merupakan variabel yang mempengaruhi secara langsung keputusan pembelian konsumen, selain desain, harga dan merek juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian. Desain produk menjadi bahan pertimbangan yang tidak kalah penting, konsumen selalu menilai apakah desain yang dikeluarkan akan sebanding dengan harga yang ditetapkan. Desain menjadi penyebab utama konsumen dalam memutuskan pembelian suatu barang yang layak atau tidak untuk dibeli.

Tingkat keberhasilan suatu usaha adalah ketika perusahaan mencapai volume penjualan yang tinggi atau memenuhi target perusahaan. Berhasil atau tidaknya penjualan tergantung bagaimana perusahaan memiliki produk yang desainnya mampu membuat konsumen itu tertarik dengan harga yang sepadan dengan produknya. Melalui proses pertimbangan konsumen akan tiba pada keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, desain produk dan citra merek.

---

<sup>1</sup> <http://otomotif.liputan6.com/read/2880868/3-masalah-umum-honda-beat>

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk peneiti tentang keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa rendahnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Desain produk kurang menarik
2. Harga yang relatif mahal
3. Rendahnya citra merek

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah ang kompleks dan menark untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan di teliti hanya pada masalah “ Hubungan antara desain produk dan harga dengan keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta “.

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

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian ?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian ?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk dan harga 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 desain produk dan harga 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 antara desain dan harga dengan keputusan pembelian.

##### **4. Perpustakaan**

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

#### **5. Bagi perusahaan**

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu penjualan terkait desain dan harga. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

