

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sepeda motor adalah alat yang dapat mengubah energi menjadi gerak. Sepeda motor sudah banyak digunakan pada saat ini dalam kegiatan sehari-hari. Dengan adanya sepeda motor, kita dapat menjangkau daerah yang jauh dengan waktu yang cukup singkat. Berbagai perusahaan juga berkompetisi menciptakan inovasi terbaru dalam dunia sepeda motor.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kendaraan bermotor adalah Kawasaki. PT Kawasaki Motor Indonesia didirikan pada tanggal 18 Februari 1994 sebagai perusahaan *joint venture* antara Kawasaki Heavy Industries, Ltd. – Jepang dengan salah satu perusahaan di Indonesia yaitu PT Sumber Selatan Nusa. Bisnis perusahaan bergerak di bidang kendaraan beroda dua dengan merek Kawasasaki.

Belakangan ini pada tahun 2021 muncul sebuah istilah di kalangan penggemar motor di Indonesia dengan sebutan “*Ngabers*”. *Ngabers* sendiri merupakan salah satu sebutan untuk kalangan penggemar motor sport dengan berbagai brand motor ternama di Indonesia. Salah satu *brand* yang digunakan oleh para pecinta motor sport yaitu Kawasaki Ninja.

Kawasaki Ninja menjadi salah satu *brand* sepeda motor favorit yang memiliki model hampir sama dengan sepeda yang digunakan dalam ajang gelaran Moto-GP. Indonesia sendiri juga sedang mempersiapkan menjadi tuan rumah gelaran Moto-GP. Dimana ajang Moto GP di Indonesia merupakan gelaran yang

berstandar Internasional pertama kali sejak beberapa tahun berhenti. Oleh karena itu, minat masyarakat Indonesia terhadap motor sport semakin ramai.

Tabel 1.1
TOP BRAND INDEX SEPEDA MOTOR SPORT

2022			2021		
BRAND	Ranking	TBI	BRAND	Ranking	TBI
Honda CBR	1	31,4%	Honda CBR	1	31,6%
Kawasaki Ninja	2	11,3%	Kawasaki Ninja	2	11,6%
Yamaha Vixion	3	8,6%	Yamaha Vixion	3	10,1%
Yamaha R-Series	4	4,8%	Yamaha R-Series	4	6,5%
Yamaha Byson	5	2,4%	Yamaha Byson	5	4,8%

Sumber, diolah : Top Brand Award

Dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa persaingan penjualan Sepeda Motor Sport di Indonesia sangat ketat, dapat dilihat bahwa Kawasaki Ninja pada tahun 2021 berada di urutan No.2 dengan presentase 11,6%. Akan tetapi pada tahun 2022 dengan maraknya pengguna sepeda motor sport di Indonesia, penjualan produk motor sport Kawasaki Ninja mengalami penurunan sebesar 0,3% sehingga menjadi 11,3%. Hal tersebut terjadi karena salah satu pesaing yang mencuat menjadi nomer 1 dari Kawasaki Ninja yaitu Honda CBR karena banyak masyarakat lebih memilih Honda CBR dikarenakan dengan harga yang terjangkau dan memiliki spesifikasi yang unggul dibanding dengan Kawasaki Ninja.



**2022
NINJA 250 ABS SE**

MSRP Rp 77.300.000 (JAKARTA)

Power Maksimum	28.5 kW [39 PS] / 12,500 rpm
Torsi Maksimum	23.5 N.m [2.4 kgf.m] / 10,000 rpm
Jenis Mesin	Liquid-cooled, 4-stroke Parallel Twin
Volume Silinder	249 cc
Diameter x Langkah	62.0 x 41.2 mm
Perbandingan Kompresi	11.6:1
Sistem Katup	DOHC, 8 valves
Sistem Suplai Bahan Bakar	Fuel injection: 32 mm x 2
Sistem Pengapian	Digital
Start	Electric
Transmission	6-speed, return shift
Primary Reduction Ratio	3.069 (89/29)
Final Reduction Ratio	2.857 (40/14)
Kopling	Wet multi-disc
System Final Drive Type	Chain

Sumber : <https://www.kawasaki-motor.co.id/id-id/sepeda-motor/ninja/sport/ninja-250/2022ninja-250-se-abs> (30-03-2022)

Gambar 1.1
KAWASAKI NINJA 250



CBR250RR

Harga mulai
Rp. 61,700,000

Selengkapnya →

Tipe Mesin	4-Stroke, 8-Valve, Parallel Twin Cylinder
Kapasitas Mesin	249.7 cc
Sistem Suplai Bahan Bakar	PGM-FI
Diameter X Langkah	62,0 x 41,4 mm
Tipe Tranmisi	Manual, 6 Speed
Rasio Kompresi	12,1:1
Daya Maksimum	30 kW (41 PS) /13.000 rpm
Torsi Maksimum	25 Nm (2,5 kgf.m)/11.000 rpm
Tipe Starter	Electric
Tipe Kopling	Multiple Wet Clutch with Coil Spring
Sistem Pendingin Mesin	Liquid Cooled With Auto Electric Fan

Sumber : <https://www.astra-honda.com/product/cbr-250-rr> (30-03-2022)

Gambar 1.2
HONDA CBR 250 RR

Dari kedua gambar di atas dapat diketahui dari beberapa aspek bahwasannya Kawasaki Ninja masih kalah dengan Honda CBR. Dari segi harga dan spesifikasi Honda CBR lebih unggul dibandingkan dengan Kawasaki Ninja.

Menurut Konuk (2018) Persepsi Nilai adalah pernyataan konsumen secara keseluruhan penilaian kegunaan suatu produk (atau layanan) berdasarkan persepsi apa yang diterima dan apa yang diberikan. Selain persepsi nilai, persepsi kualitas juga dapat mempengaruhi niat membeli menurut penelitian sebelumnya persepsi kualitas dikonseptualisasikan sebagai penilaian konsumen tentang keunggulan atau kelebihan suatu produk Konuk (2018).

Seperti yang dilakukan oleh perusahaan Kawasaki dengan memberikan nilai dan kualitas produk yang tinggi terhadap konsumennya untuk meningkatkan niat membeli konsumen pada produk Kawasaki Ninja. Dalam benak masyarakat Kawasaki Ninja sudah memiliki nilai plus tersendiri. Dikarenakan Kawasaki merupakan pelopor motor sport di Indonesia.

Selain itu, Kawasaki sendiri dikenal dengan *Premium Brand*. Disini yang dimaksud dalam *Premium Brand* yaitu produk yang dikenal dengan harga yang cukup mahal. Dengan sebutan tersebut, Kawasaki yakin dengan produk yang dia keluarkan akan dapat memimpin persaingan pasar sepeda motor sport di Indonesia.

Tetapi dapat dilihat dari segi harga dan spesifikasi Kawasaki jauh dibawah dari produk unggulan dari Honda, yaitu Honda CBR. Masyarakat lebih memilih Honda CBR dibandingkan dengan Kawasaki Ninja, dikarenakan dengan harga yang terjangkau dan spesifikasi yang bagus masyarakat sudah dapat memiliki sepeda motor sport.

Menurut penelitian terdahulu dalam penelitian citra merek menurut Kotler & Keller (2016) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek yang ada pada pikiran konsumen.

Citra merek merupakan kumpulan asosiasi dari bayangan konsumen ketika mengingat suatu merek. Asosiasi merek memiliki tingkat kekuatan sendiri dan akan semakin kuat ketika bertambahnya pengalaman konsumsi dan penggalan informasi dari suatu merek. Maka dari itu Citra Merek sangat mempengaruhi Niat membeli beli suatu merek.

Salah satunya adalah Kawasaki Ninja yang memiliki citra merek yang cukup baik bagi kalangan penggunanya. Citra Merek yang dibangun oleh Kawasaki Ninja hanya dikenal sebagai pelopor sepeda motor sport di Indonesia. Tetapi tidak dengan kualitas yang dijanjikan oleh Kawasaki.

Hal ini dapat kita ketahui dalam Top Brand Index Sepeda Motor Sport di Indonesia. Kawasaki Ninja berada pada peringkat 2, dibawah produk Honda CBR. Dapat kita ketahui Honda CBR lebih unggul dari segi harga dan spesifikasi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin menganalisis lebih dalam mengenai pengaruh persepsi nilai, persepsi kualitas dan citra merek terhadap niat membeli sepeda motor Kawasaki Ninja di Surabaya. Maka dari itu penelitian saya beri judul: “ **Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Merk terhadap Niat Membeli Sepeda Motor Kawasaki Ninja di Surabaya**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah yang saya gunakan adalah :

1. Apakah Persepsi Nilai berpengaruh signifikan positif terhadap niat membeli produk Kawasaki Ninja di Surabaya?
2. Apakah Persepsi Kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap niat membeli produk Kawasaki Ninja di Surabaya?
3. Apakah Citra Merk berpengaruh signifikan positif terhadap niat membeli produk Kawasaki Ninja di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis signifikansi positif pengaruh Persepsi Nilai terhadap Niat Membeli Kawasaki Ninja di Surabaya
2. Menguji dan Menganalisis signifikansi positif pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Niat Membeli Kawasaki Ninja di Surabaya
3. Menguji dan Menganalisis signifikansi positif pengaruh Citra Merek terhadap Niat Membeli Kawasaki Ninja di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari adanya penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Harapan saya dengan adanya penelitian ini bisa menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman meneliti khususnya pada variabel Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek terhadap Niat membeli Kawasaki Ninja di Surabaya.

2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan jumlah hasil penelitian sehingga dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Dengan hasil dari penelitian yang saya lakukan ini harapan saya dapat menjadi referensi bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya sebagai rujukan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penelitian ini dibagi menjadi tiga bab yang bertujuan memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan terstruktur.

Adapun susunan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini terdapat uraian tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian Serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini terdapat penjelasan tentang Penelitian Terdahulu yang relevan terhadap judul penelitian, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis Penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Di bab ini terdapat penjelasan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Instrumen Penelitian, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data

BAB IV: Gambar Subyek Penelitian dan Analisis Data

Bab ini menguraikan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan banyaknya yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga menguraikan mengenai hasil analisis data dari variabel penelitian yang telah diuji serta hipotesis penelitian.

BAB V: Penutup

Pada bab ini memaparkan mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi peneliti masa depan.