

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Guna membantu dan mendukung mobilitas tersebut banyak konsumen yang menggunakan transportasi kendaraan beroda dua yang dikarenakan mudah untuk digunakan. Selain itu perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat juga mempengaruhi aktivitas secara tepat dan efisien. Kota Bojonegoro dan Tuban salah satu kota yang tidak terlalu padat namun banyak sekali pengguna kendaraan roda dua. Guna memberikan sesuatu apa yang diinginkan banyak orang, banyak sekali para produsen kendaraan beroda dua berlomba-lomba untuk mencuri hati konsumen dengan kualitas produk yang di berikan agar nantinya bisa diterima di konsumen dan menimbulkan suatu citra merek yang baik agar nantinya produk tersebut bisa terjual apa yang diharapkan oleh produsen motor.

Dari satu jenis produk motor dan produsen motor hingga menjadi banyak produsen motor yang mengakibatkan persaingan dalam penjualan motor, namun produsen motor yang bagus dan menjadi produk nomer satu. yaitu Honda dari zaman ke zaman selalu menjadi *brand* yang sangat konsisten dalam meberikan suatu layanan yang di berikan . Hingga dalam perkembangan perekonomian di Indonesia memperhatikan, dan terdampak pada penjualan motor di Indonesia Honda sangatlah peduli terhadap konsumen dan tetap ber inovasi agar konsumen tidak lari ke *brand* lain. Pada era ini perkembangan motor Honda juga tergolong sangatlah cepat, dikarenakan banyaknya permintaan yang dan peminat yang kendaraan beroda dua ini. Menurut industri motor dapat berinovasi Kembali dan dapat memberikan yang terbaik untuk konsumen serta dapat memberikan apa

yang dibutuhkan untuk konsumennya dan nantinya agar bisa menimbulkan citra merek yang baik.

Banyak sekali produk motor yang masuk di Indonesia selain produk dari Honda sendiri yaitu ada Yamaha, Kawasaki, dan Suzuki yang menjadi pesaing untuk Honda . Dalam persaingan yang ketat dalam segi produk motor itu sendiri produsen motor Honda melakukan suatu inovasi dalam mempromosikan produknya melalui media iklan yang nantinya bertujuan agar membuat konsumen bisa mempunyai rasa niat beli untuk membeli produk Honda dan bisa bersaing dengan pesaingnya. Caranya yaitu dengan melakukan suatu terobosan baru dengan memberikan sentuhan teknologi dan bentuk motor yang unik agar menjadikan suatu nilai tambah di produk Honda sendiri dan menjadi ciri khusus dalam membedakan produk tersebut. Selain melakukan inovasi produsen Honda juga harus melakukan suatu promosi yang memanfaatkan teknologi pada jaman sekarang yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi dimana produsen motor Honda bisa membuat suatu iklan yang dapat menarik konsumen dengan cara memberikan sentuhan yang berbeda agar dapat di kenal berbagai masyarakat apalagi bila di promosikan melalui media social yang jaringan sasaranya sangat luas dan mudah sekali untuk dilihat.

Untuk konsumen sendiri adalah suatu hal yang sangat penting karena kunci keberhasilan maupun kegagalan suatu perusahaan tergantung bagaimana konsumen bisa menerima atau tidaknya produk tersebut . Untuk bisa membuat konsumen bisa tertarik dan menerima produk motor Honda yang nantinya akan di

pameran harus bisa memanfaatkan segala teknologi untuk membuat suatu iklan yang menarik dan memberikan suatu promosi untuk menarik konsumen.

Selain juga promosi kualitas produk juga harus ditekankan agar konsumen dapat mengingat produk Honda adalah produk yang berkualitas dari pada produk motor lainya. Selain itu produsen motor Honda juga harus bisa menerima semua masukan yang di berikan kepada konsumen agar bisa mengoreksi apa kekurangan yang ada pada produk motor Honda yang nantinya akan dikeluarkan agar nantinya pasar juga bisa menerima apa yang akan di keluarkan oleh produsen motor Honda.

Selain tentang kualitas produk yang diberikan kepada konsumen , produsen motor Honda juga harus bisa melihat kondisi pasar seperti apa dalam memberikan suatu harga pada produknya agar nantinya konsumen juga bisa menerima dan membandingkan harga yang diberikan produsen motor Honda kepada konsumen nantinya . Harga adalah kompenen yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan suatu produk yang di tawarkan , karena kebanyakan konsuemen motor biasanya sering membanding-bandingan harga , karena menurut konsumen bila harga terjangkau dan kualitas produk yang tinggi pastinya akan banyak sekali konsumen yang nantinya akan tertarik. Apalagi bila produsen motor Honda memberikan suatu hadiah seperti helm gratis diskon yang memberikan nilai tambah bagi produsen motor Honda itu sendiri.

Konsumen akan memilih produk motor tersebut apabila benar-benar ingin merasakan dan menilai manfaat dari produk tersebut. Akan tetapi, konsumen juga dipengaruhi oleh adanya kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang relatif lebih murah dari biasanya akan lebih ekonomis. Hal ini juga harus

dipertimbangkan kembali bagi perusahaan Honda motor untuk menciptakan produk yang sangat berkualitas dan memiliki harga yang relatif lebih terjangkau dan dengan strategi pemasaran yang lebih unik.

Niat beli merupakan salah satu tahanan dimana konsumen membentuk pilihan yang diantaranya beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan mereka, kemudian pada akhirnya konsumen tersebut melakukan suatu pembelian kepada suatu alternatif yang disukainya tersebut atau proses yang dilalui konsumen tersebut untuk membeli suatu barang dan jasa yang didasari oleh beberapa pertimbangan yang ada (Anafik dan Rahardjo, 2012). Selain itu niat beli bisa juga digunakan sebagai alat analisis perilaku konsumen untuk mengetahui pilihan sebelum melakukan pembelian akan melakukan suatu pencarian informasi tentang suatu produk tersebut, kemudian akan melakukan penilaian terhadap produk tersebut.

Penjualan motor memang sangatlah menggiurkan karena adanya kebutuhan akan motor terus meningkat seiring dengan pertumbuhan produk. Sampai saat ini Honda adalah produk unggulan yang masih banyak sekali diminati oleh konsumen. Meskipun dari tahun ketahun tingkat penjualan motor Honda mengalami penurunan yang mengakibatkan produsen Honda berinovasi kembali agar menjadikan penjualan di tingkat lebih tinggi daripada merek motor lainnya.

Iklan atau daya tarik iklan sendiri adalah salah satu alat promosi yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Iklan harus bisa berani memberikan tawaran sesuatu kreativitas,

agar dimata konsumen bisa terlihat lebih berbedan dan mempunyai ciri sendiri yang mampu membuat kosnumen tertarik , dan dalam penyampaian pesan iklan harus jelas dan terarah guna memudahkan konsumen untuk mengerti produk yang diiklankan tersebut (Annafik dan Rahardjo, 2012).Salah satu media iklan yang digunakan saat ini pada Honda PCX adalah media televisi ,yang memiliki slogan”*My Signature*” yang memiliki ide kreatif yang mampu menyadarkan konsumen untuk berubah ke ra teknologi seperti kualitas yang di berikan oleh Honda PCX.

Dalam pelayanan penjualan adalah sudah menjadi tanggung jawab bagi penjualan atas kualitas barang yang nantinya akan dijualnya yang diberikan produsen motor Honda dalam bentuk konsultasi lanjutan, atau berupa garansi yang nantinya bila terjadi kerusakan dikarenakan kecelakaan akan bisa penggantian, dan pemeliharaan berupa perbaikan gratis yang diberikan produsen motor Honda selagi masih berlakunya garansi tersebut, dan tidak kalah pentingnya juga menyediakan suku cadang yang sekala besar agar nantinya konsumen tidak takut bila suwaktu-waktu terjadi kerusakan di motor Honda tersebut, dan agar konsumen juga memiliki presepsi dan pemasaran terhadap barang yang akan dikeluarkan perusahaan, oleh sebab itu produk harus benar-benar memiliki keistimewaan dan keunggulan tersendiri yang membedakan produknya dengan produk lainnya.

Beberapa perusahaan otomotif di Indonesia yang terkenal saat ini adalah Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, PT. Astra Honda Motor Indoenisa (AHM) merupakan salah satu produsen paling terbesar motor Indonesia. Honda juga

sebagai pelopor industri motor di Indonesia. PT Astra Honda pertama kali didirikan pada tahun 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Produk Honda Motor semakin diminati konsumen seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat Indonesia. Honda pun tidak mudah puas hanya menjadi salah satu produk motor yang diminati masyarakat, berbagai inovasi dan peningkatan kualitas produk dilakukan untuk bisa menjadi *market share*.



Tabel 1. 1
PENJUALAN MOTOR 2013-2017

TAHUN	PRODUSEN			
	HONDA	YAMAHA	SUZUKI	KAWASAKI
2013	4.696.999	2.492.596	393.803	151.703
2014	5.051.100	2.371.082	275.067	165.371
2015	4.453.888	1.798.630	109.882	115.008
2016	4.380.888	1.394.078	56.824	97.622
2017	4.385.888	1.348.211	78.637	72.191
Jumlah	22.968.763	9.404.597	914.213	601.895
rata-rata	4.593.752,60	1.880.919,4	182.842,6	120.379

Sumber: Triatmono.info data penjualan motor

Bedasarkan tabel 1.1 pada tahun 2013-2017 telah terjadi suatu kenaikan dan penurunan dalam penjualan pada industri motor di Indonesia, dari beberapa produk dan merek lainnya motor Honda mampu mengungguli produk industri motor pesaing lainnya. Rata-rata penjualan motor terbesar didominasi produk Honda, dapat disimpulkan bahwa produk Honda menguasai pasar industri motor di Indonesia. Menurut data Asosiasi Industri Motor (AIMI) AHM masih memimpin pangsa pasar distribusi motor di Indonesia.

Asosiasi Industri Motor Indonesia (AIMI) mengelompokan jenis motor sebagai berikut, motor bebek, motor *matic*, motor *sport*. Salah satu jenis kendaraan yang menjadi unggulan Honda adalah motor jenis *matic* yang mengakibatkan pertumbuhan konsumen motor meningkat luar biasa.

Di tengah-tengah persaingan yang begitu ketat mengakibatkan banyaknya merek pendatang baru seperti Motor Honda PCX yang tergolong baru di Indonesia dengan keunggulan kualitasnya yang di berikan mampu bersaing dengan merek pendatang baru lainnya yang sekaligus bisa memenuhi kebutuhan angkutan yang tangguh, irit, dan ekonomis. Untuk itu pengguna motor saat ini sangatlah tinggi seperti salah satunya penjualan motor dengan merek-merek tertentu. Untuk bisa melihat data penjualan motor dengan merek-merek tertentu bisa juga dilihat di gambar di bawah .



Sumber: motorbloginfo.wordpress.com

Gambar 1. 1

PENJUALAN & RERATA 8 MOTOR TERLARIS PADA TAHUN 2018

Berdasarkan akumulasi data pada gambar 1.1 yaitu distribusi 5 produsen motor terlaris selama bulan Januari sampai bualan Mei 2018 Honda dengan

produk Honda PCX nya semakin terdepan dan terlaris dibandingkan dengan merek-merek yang ada di Indonesia. Dari data tersebut bisa kita simpulkan bahwasalnya untuk penjualan motor Honda masih menjadi penjualan terlaris dan paling banyak diminati di masyarakat. Selain itu Honda juga selalu berinovasi dan memperhatikan keinginan konsumen dan mempertahankan kenyamanan dan kualitas di produknya agar nantinya membuat peningkatannya di tahun depan dan menjadikan produk terlaris di Indonesia kembali.

Di daerah Bojonegoro dan Tuban lokasi dimana penelitian yang saya jalankan dikarenakan lokasi tersebut sangat cocok dan banyak sekali warga daerah Bojonegoro dan Tuban yang tertarik dengan produk Motor Honda PCX yang dikarenakan memiliki kualitas produk yang bagus dan memiliki citra merek yang baik yang membuat warga Bojonegoro dan Tuban tidak ragu dalam memilih Motor Honda PCX dan menimbulkan rasa niat beli, dan nantinya penelitian ini akan dilakukan di wilayah Bojonegoro dan Tuban dikarenakan banyaknya konsumen Motor Honda di daerah tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Pada latar belakang masalah tersebut, perumusan masalahpun dapat di identefikasi sebagai berikut :

1. Pada Pengaruh Kualitas Produk Honda PCX apakah bisa membuat konsumen bisa menimbulkan niat beli terhadapMotor Honda PCX ?
2. Apakah Citra Merek Honda PCX bisa berpengaruh besar terhadap niat beli konsumen terhadap Motor Honda PCX ?
3. Dalam Daya Tarik Iklan apakah bisa menimbulkan niat beli konsumen terhadap Motor Honda PCX ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diharapkan tujuan pada peneliti ini bisa tercapai yaitu :

1. Menganalisis apakah pengaruh kualitas produk bisa membuat konsumen dalam menimbulkan niat beli terhadap Motor Honda PCX
2. menganalisis citra merek apakah bisa membuat konsumen tumbuh niat beli terhadap Motor Honda PCX
3. menganalisis daya tarik terhadap timbulnya suatu niat beli konsumen terhadap Motor Honda PCX

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan suatu manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya yaitu :

1. Bagi peneliti dan peneliti lain

Pada dasarnya hasil dari penelitian ini dapat memberikan suatu nilai positif untuk peneliti lain dalam hal “pengaruh kualitas produk, citra merek, dan daya Tarik iklan terhadap niat beli konsumen terhadap Motor Honda PCX

2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, yang nantinya bisa memberikan wawasan baru dan pembelajaran baru bagi mahasiswa/mahasiwi yang menempuh konsentrasi pemasaran tentunya dan berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian motor Honda PCX

3. Bagi Pengusaha

Semoga hasil dari penelitian ini bisa bermanfaat untuk pengusaha maupun produsen motor lain dan bisa memenuhi apa yang diinginkan konsumen nantinya bisa menjadikan produk tersebut diminati konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Pada bagian ini dijelaskan masing-masing mengenai sub-sub bab yang nantinya ditulis dalam skripsi yaitu :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama ini memberikan gambaran latar belakang suatu masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini menjelaskan pada penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga ini menjelaskan dalam segi rancangan penelitian, Batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional, dan ada juga pengukuran variable, populasi, sampel, Teknik pengambilan sampel dan data, serta Teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan menjelaskan tentang Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan mengenai Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.



