

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Salah satu produk pada industri otomotif yang terus berkembang pesat adalah sepeda motor. Rasio kepemilikan sepeda motor saat ini juga meningkat seiring dengan pendapatan dan daya beli masyarakat. Dengan jumlah sepeda motor yang memberikan kontribusi terbesar sebesar 82% atau 91.085.532 unit sepeda motor. Menyusul Mobil Pribadi dengan kontribusi 12% atau sebanyak 13.253.143 unit mobil. Sisanya kontribusi dari Mobil Bus, Mobil Barang, dan Kendaraan Khusus. Data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**TABEL 1.1**  
**DATA RASIO KENDRAAN SEPEDA MOTOR TAHUN 2018**

N O	NAMA PULAU	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL	%
1	Jawa	9,494,410	88,524	2,141,465	56,153,859	41,674	70,078,792	62,81
2	Sumatera	2,257,408	24,411	1,054,711	20,045,216	17,502	23,925,407	21,44
3	Kalimantan	472,065	7,732	324,097	5,568,617	2,677	6,376,694	5,72
4	Sulawesi	473,755	3,793	184,435	3,368,624	1,235	4,397,268	3,34
5	Bali	373,658	7,481	137,861	3,210,911	722	3,730,636	3,34
6	Nusa Tenggara	117,344	3,418	88,730	1,941,485	638	2,152,081	1,93
7	Papua	48,632	832	30,052	558,337	348	646,090	0,58
8	maluku	15,870	184	9,526	238,483	176	264,271	0,24
	Total	13,253,142	136,375	3,970,877	91,085,532	64,972	111,571,239	

Sumber : <https://paryadi.com/2018/01/16/jumlah-kendaraan-2018/>

Yang mencolok dari data di atas adalah populasi kendaraan khususnya di pulau Jawa yang hampir mencapai 63% dari Jumlah kendaraan secara Nasional. Sepeda motor menjadi sarana transportasi yang bisa dikategorikan menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat saat ini untuk membantu melakukan sebuah aktivitas perjalanan dan perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya.

Dengan adanya hal tersebut, banyak industri sepeda motor di Indonesia yang membuat para produsen saling bersaing untuk mendapatkan penjualan yang tinggi pada pasar penjualan otomotif dengan lebih mengedepankan tampilan dan model yang menarik pada desain motornya dengan menawarkan harga yang masih standart sehingga para konsumen tertarik pada produk-produk yang akan diproduksi oleh masing-masing perusahaan. Beberapa contoh produsen di industri sepeda motor Indonesia diantaranya adalah Honda, Yamaha, Zuzuki, Kawasaki dan beberapa produsen lainnya. Salah satu produsen sepeda motor yang sempat mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah Honda. Honda merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang sektor produksi otomotif yang memproduksi kendaraan roda dua (sepeda motor) terutama Matic. Honda memiliki banyak macam produk terutama pada produk matic seperti Scoopy, Vario, dan Beat. Dengan banyaknya produk yang dikeluarkan oleh PT. Astra Honda Motor tidak membuat produk Honda kalah bersaing dengan produk sepeda motor lainnya karena masyarakat lebih dominan memilih produk sepeda motor Honda yang dapat memberikan keunggulan tersendiri seperti desain, harga jual relatif stabil, dan memiliki bahan bakar yang irit, hal tersebut yang menjadi keunggulan Motor Honda sehingga memiliki pandangan yang baik di kalangan masyarakat, sehingga merek Honda banyak diminati oleh masyarakat. Hal itu dapat ditunjukkan pada tabel periode 2016-2017, bahwa penjualan Honda mengalami kenaikan. Berikut adalah data penjualan dari Honda selama tahun 2016-2017.

**TABEL 1.2**  
**DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA TAHUN 2016-2017**

Nama merek	Penjualan 2016	Penjualan 2017
Honda	4,380,888	4,385,888
Yamaha	1,394,087	1,348,211
Suzuki	56,824	72,191
Kawasaki	97,622	78,637
TVS	1,873	1,176
Total	5,931285	5,886103

Sumber: <http://triatmono.info/data-penjualan-tahun/>

Dari data diatas diketahui bahwa penjualan sepeda motor Honda pada satu tahun terakhir mengalami kenaikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa niat beli konsumen terhadap produk Honda semakin hari semakin meningkat. Namun produk yang di tawarkan oleh perusahaan-perusahaan pesaing Honda juga tidak kalah saing kualitasnya seperti halnya Yamaha yang mempunyai merek bagus di benak konsumen dan terkenal dengan sebutan yamaha selalu didepan. Sekarang PT Astra Honda Motor dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Oleh karena itu dalam melaksanakan aktivitas penjualanya perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menciptakan dan meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Ternyata dengan adanya hal tersebut belum menjadikan Honda Scoopy sebagai Produsen matic yang kompeten. Hal tersebut dapat dilihat dari data di bawah ini :

**TABEL 1.3**  
**DATA PEMINAT SEPEDA MOTOR TAHUN 2016-2017**

Nama merek	TBI 2016	TBI 2017	TOP
Yamaha Mio	31.2%	32.1%	TOP
Honda Beat	30.6%	29.9%	TOP
Honda Vario	20.2%	21.8%	TOP
Honda Scoopy	3.8%	4.3%	-

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa produk matic Honda Scoopy memiliki peminat yang semakin hari semakin meningkat. Pada tahun 2016 peminat sepeda motor Honda Scoopy yaitu 3,8%, Sedangkan pada tahun 2017 peminat sepeda motor Honda Scoopy mengalami peningkatan yaitu sebesar 4,3%. Walaupun peminat Honda Scoopy semakin hari mengalami peningkatan, namun posisi sepeda motor Honda Scoopy tetap berada dibawah dan kalah bersaing dengan posisi sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini menunjukkan bahwa niat beli masyarakat terhadap produk Honda Scoopy tidak cukup baik dibandingkan niat beli terhadap produk sepeda motor Yamaha Mio. Hal ini tentu menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh sepeda motor Honda Scoopy karena niat beli merupakan tahapan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan.

Salah satu hal yang mempengaruhi niat beli adalah Harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), Harga adalah Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:132) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Selain itu Harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi “sesuatu”. Dalam proses penetapan harga sebaiknya dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasaran. Penetapan harga dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Jika konsumen menerima tawaran berarti harga tersebut sudah tepat. Jika mereka menolak biasanya harga akan cepat diganti atau bila perlu produk bisa ditarik dari pasar.

Hal lain yang dapat mempengaruhi niat beli yaitu kesadaran merek. Menurut Kotler dan Keller (2013:107) mendefinisikan kesadaran merek adalah kemampuan merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan produk tertentu dan seberapa mudahnya merek tersebut dimunculkan.

Hal lain yang dapat mempengaruhi niat beli yaitu kualitas yang dirasakan. Kualitas yang dirasakan merupakan pandangan dari keseluruhan penilaian dari keunggulan dan kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas merupakan faktor penting bagi konsumen memilih merek untuk membeli. Kualitas yang dirasakan juga dapat mempengaruhi niat beli kualitas yang dirasakan mempengaruhi klasifikasi produk dan aspek merek lainnya merek menurut Ibraheem, et a (2018). Kesimpulan sebelum membeli produk akan memilih produk mana yang akan digunakan berdasarkan kebutuhan dan setelah konsumen merasakan produk tersebut.

Adanya pernyataan dan fakta diatas tentang permasalahan pada peminat sepeda motor Honda Scoopy yang kurang baik setiap tahunnya terhadap niat beli konsumen, sehingga tidak masuk dalam *TOP Brand* dan memiliki daya saing yang kurang baik dengan perbandingan antara Yamaha mio sebagai kompetitornya. Pernyataan tersebut menjadi sebuah hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu hasil penelitian ini akan dituangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul tentang : **“Pengaruh Harga, Kesadaran Merek, dan Kualitas yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Sidoarjo”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah :

1. Apakah harga secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo ?
2. Apakah kesadaran merek secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo ?
3. Apakah kualitas yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo ?
4. Apakah harga, kesadaran merek, dan kualitas yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang telah disusun pada sub bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yang diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh harga secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
2. Menguji pengaruh kesadaran merek secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
3. Menguji pengaruh kualitas yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
4. Menguji pengaruh harga, kesadaran merek, dan kualitas yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat bagi para peneliti selanjutnya maupun paraperusahaan PT Astra Honda Motor. Manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran dan informasi yang berarti bagi perusahaan PT Astra Honda Motor Scoopy khususnya dibidang manufaktur, perakitan dan Distributor Sepeda Motor Merek Honda dalam melakukan strategi pemasaran berkaitan dengan

pengaruh harga, kesadaran merek, dan kualitas yang dirasakan terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di sidoarjo.

2. Untuk mengidentifikasi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk mengidentifikasi pengaruh harga, kesadaran merek, dan kualitas yang dirasakan terhadap niat beli sepeda motor Honda Scoopy di sidoarjo.

3. Untuk STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini bisa menjadi tambahan koleksi tugas akhir dalam katalog milik perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang bisa dijadikan referensi bagi para mahasiswa dan mahasiswi yang akan menempuh Metodologi Penelitian maupun Skripsi.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Pada penyusunan penelitian ini akan dibagi menjadi beberapa bagian dari masing-masing sub bab yang sudah disusun secara sistematis dengan urutan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan diuraikan secara keseluruhan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab tinjauan pustaka diuraikan secara keseluruhan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka konseptual peneliti, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab metode penelitian secara rinci menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini berisis mengenai uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesisi dan pembahasan

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran

