

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman di era globalisasi yang memiliki teknologi dan informasi yang canggih dalam bidang otomotif adalah bidang transportasi. Alat transportasi yang saat ini semakin maju dan semakin pesat dapat memenuhi kebutuhan hidup bagi manusia. Transportasi merupakan sebuah bagian bagi setiap manusia untuk melakukan sebuah perjalanan dan perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya, contoh misalnya motor. Motor merupakan sebuah alat transportasi darat yang di mana sudah dipakai dari tahun 1990an hingga abad ke-21. Motor menjadi sarana transportasi individual yang dianggap efisien dan paling cepat untuk menghadapi situasi dan kondisi yang darurat pada saat terjadi kemacetan dalam sebuah perjalanan.

Merek sepeda motor yang berada dibawah asosiasi industri sepeda motor Indonesia (AISI) telah mengekspor sepeda motor ke berbagai negara di dunia dan tahun ini ekspor motor di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data AISI, ekspor motor pada periode Januari-Agustus 2019 tercatat sebanyak 520.279 unit. Angka tersebut sangat signifikan dari pencapaian ekspor periode yang sama tahun sebelumnya. Periode sebelumnya yaitu pada tahun 2018, ekspor tercatat hanya 369.304 unit saja yang telah diekspor. Para produsen sepeda motor diseluruh Indonesia patut kita apresiasi karena tingkat ekspor pada tiap tahunnya semakin meningkat dan mendapatkan respons positif atas pencapaiannya.

Industri sepeda motor di Indonesia membuat para produsen saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan atau angka penjualan yang tinggi pada pasar penjualan otomotif. Produsen lebih mengedepankan tampilan dan desain yang menarik untuk menciptakan kualitas yang terjaga dengan harga yang masih standar sehingga para konsumen tertarik pada produk yang akan diproduksi masing-masing perusahaan. Beberapa contoh produsen di industri sepeda motor Indonesia diantaranya adalah Honda, Suzuki, Kawasaki, Yamaha, TVS dan beberapa produsen lainnya.

Tabel 1.1  
DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR TAHUN 2019

Merek	Penjualan (unit )
Honda	4.910.688
Yamaha	1.434.217
Kawasaki	71.861
Suzuki	69.766
Tvs	898
Total	6.487.430

Sumber : <https://goozir.com/data-penjualan-motor-2019/>

Astra Honda Motor sebagai pemegang merek Honda di Indonesia berhasil mengirimkan 4.910.688 unit ke dealer dalam satu tahun. AHM berhasil menguasai pasar Domestik Indonesia hingga 75,69 persen. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing sebagai agen pemegang merek Yamaha berhasil mengirimkan 1.434.217 unit ke dealer pada tahun 2019. Yamaha mendapat market share sebanyak 22,1 persen. SIS sebagai pemegang merek Suzuki di Indonesia berhasil mengirimkan motor Suzuki ke dealer sebanyak 71.861 unit. Angka tersebut hanya berkontribusi sebanyak 1,1 persen dari total market share 2019. Kawasaki Motor Indonesia sebagai pemegang merek Kawasaki harus

mengakui keunggulan distribusi Suzuki. Terpaut 0,03 persen dari Suzuki, Kawasaki hanya berhasil mendistribusikan sebanyak 69.766 unit pada tahun 2019. TVS harus puas di urutan lima dengan jumlah wholesales 2019 sebanyak 898 unit untuk pasar Indonesia atau hanya berkontribusi 0,01 persen dari total penjualan anggota AISI 2019.

Merek sepeda motor Honda memiliki berbagai macam produk untuk kategori *matic*, namun penjualan dari masing–masing sepeda motor Honda berbeda. Salah satu yang paling tinggi market sharenya adalah Honda Beat. Berikut tabel perbandingan merek Honda Beat dibandingkan yang lain :

Tabel 1.2  
TOP BRAND AWARD SEPEDA MOTOR MATIC 2018 dan 2019

Peringkat	Merek	TBI 2018	Merek	TBI 2019
1	Honda Beat	28.6%	Honda Beat	36.3%
2	Honda Vario	27.2%	Honda Vario	18.5%
3	Yamaha Mio	22.2%	Yamaha Mio	12.9%
4	Honda Scoopy	7.6%	Honda Scoopy	9.1%
5	Yamaha NMAX	1.9%	Honda PCX	4.4%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/sepeda-motormatic/>

Sepeda motor Honda Beat adalah skuter otomatis produksi dari Astra Honda Motor di Indonesia. Skuter yang diluncurkan pada tahun 2008 ini dimaksudkan untuk mengantisipasi makin populernya skuter otomatis di pasar sepeda motor Indonesia. Honda Beat akan bersaing langsung dengan Yamaha Mio, Yamaha Nouvo, Honda Vario, Suzuki Spin, dan skuter matic lainnya.

Honda Beat merupakan salah satu motor keluaran Honda yang cukup digemari masyarakat Indonesia. Motor ini memiliki desain yang terlihat simpel namun tetap memiliki kesan modis dan futuristik. Honda membekali *matic* buatannya ini dengan mesin canggih berkapasitas 110 cc, teknologi OHC / SOHC (*single overhead camshaft*), 4 langkah dengan sistem pendinginan berupa udara yang mampu menghasilkan tenaga maksimal hingga mencapai 8000 rpm dan torsi maksimum sebesar 6000 rpm. Konsumsi bahan bakar Honda Beat sendiri adalah mencapai 47,5 km/liternya, sedangkan *top speed* alias kecepatan maksimalnya mencapai 122 km/jam.

Mendukung aktivitas pengendara sehari-hari maka skuter ini dilengkapi dengan tempat penampungan (rak) dibagian depan yang berfungsi untuk meletakkan berbagai barang pribadi seperti botol minuman, *handphone*, maupun peralatan lainnya. Motor dibagian depan ini juga dilengkapi dengan tempat penyimpanan di bagian belakang (bagasi). Bagasi pada Honda Beat ini memiliki daya tampung sebesar 11,2 liter yang bisa digunakan untuk menyimpan jaket maupun sarung tangan. Honda Beat dapat menghentikan laju motor dibekali dengan rem jenis cakram hidraulis dibagian depan dan rem tromol di bagian belakang.

Honda Beat juga menyertakan berbagai fitur unggulan untuk skuter *matic*nya ini seperti, Panel indikator yang modern dan juga canggih guna memberikan informasi lengkap yang dibutuhkan pengendara saat berkendara. Indikator tersebut meliputi indikator kecepatan, lampu sein, indikator bensin, lampu jauh, lampu indikator sistem injeksi dan jarak yang ditempuh.

Honda Beat memiliki fitur yang telah banyak digunakan oleh motor-motor *matic* di Indonesia yakni *Side Stand Switch* (standar samping otomatis) yang berfungsi untuk mematikan mesin secara otomatis saat standar samping diturunkan, begitu sebaliknya mesin tidak akan bisa dan hanya bisa menyala jika standar samping dinaikkan. Fitur ini tak lain dan tak bukan untuk mengingatkan sekaligus mencegah pengendara yang sering lupa menaikkan standar samping ketika berkendara. Honda Beat memiliki kunci kontak bermagnet (*Secure Key Shutter*) merupakan teknologi kunci dengan menggunakan sistem magnet kuat yang berfungsi agar motor tetap aman dari tindakan pencurian.

Tabel 1.2 yang menunjukkan tingginya *market share* Honda Beat, maka dapat dikatakan niat konsumen membeli Honda Beat relatif tinggi. Niat beli dipengaruhi oleh salah satu hal yaitu pengaruh harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa dari nilai uang yang ditukar oleh konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2013:151). Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Penetapan harga dilakukan berdasarkan banyak pertimbangan. Konsumen apabila menerima tawaran maka harga tersebut sudah tepat, apabila mereka menolak biasanya harga akan cepat diganti atau bila perlu produk bias ditarik dari pasar.

Niat beli dipengaruhi oleh beberapa hal lain yaitu persepsi kualitas (*perceived quality*). Persepsi kualitas adalah persepsi konsumen yang secara langsung atau tidak langsung akan memberi penilaian terhadap produk atau jasa

yang dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Evaluasi ini dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan apa yang diharapkan (Tatik Suryani, 2013:89). Persepsi kualitas dari konsumen mampu memprediksi niat beli sepeda motor Honda Beat.

Niat beli pada Honda Beat, selain dipengaruhi oleh harga dan persepsi kualitas juga dipengaruhi oleh citra merek. Penelitian yang dilakukan oleh Jalilvand dan Samiei tahun 2012 dengan judul "*the effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention*", salah satu dari hasil penelitiannya terdapat pengaruh citra merek terhadap niat pembelian, sehingga didalam penelitiannya dapat diartikan bahwa citra merek mempunyai peranan dalam menimbulkan niat pembelian dalam suatu produk. Honda merupakan merek serta sebagai industri yang cukup mendunia dibidang otomotif. Citra merek dibuat agar merek tersebut menjadi kuat dan dapat bertahan lama dibenak konsumen. Citra merek mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen yang mempunyai citra positif cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian (Tatik Surayani, 2013:86). Citra Merek menjadi tiga komponen yaitu Citra Perusahaan, Citra Konsumen, dan Citra Produk.

Menurut pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa harga, persepsi kualitas, citra merek bisa menjadi faktor penentu niat beli. Pernyataan tersebut menjadi sebuah hal yang menarik untuk diteliti. Hasil penelitian ini dituangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul tentang: "Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek terhadap Niat Beli pada Honda Beat di Surabaya".

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Honda Beat di Surabaya?
2. Apakah Persepsi Kualitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Honda Beat di Surabaya?
3. Apakah Citra Merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat Beli Honda Beat di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

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

1. Menguji signifikansi pengaruh Harga terhadap Niat Beli pada Honda Beat di Surabaya
2. Menguji signifikansi pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli pada Honda Beat di Surabaya
3. Menguji signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli pada Honda Beat di Surabaya

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi para penelitian selanjutnya ataupun para perusahaan PT Astra Honda Motor. Manfaat daripada penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan Honda

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran dan informasi yang berarti bagi perusahaan PT Astra Honda Motor. khususnya dibidang manufaktur, perakitan dan distributor sepeda motor Honda dalam melakukan strategi pemasaran berkaitan dengan pengaruh Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Niat Beli Honda Beat di Surabaya

### 2. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini memperoleh pengetahuan lebih dari Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Niat Beli Honda Beat di Surabaya sehingga dapat mengetahui lebih luas mengenai manajemen pemasaran.

### 3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

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

## 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pada bab ini, dapat di jelaskan secara sistematis yang menjelaskan dalam masing-masing bab dengan urutan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan

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



Bab ini menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Hubungan antar Variabel, Kerangka Konseptual Penelitian, dan Hipotesis Penelitian

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

Bab ini menjelaskan 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 Validasi dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial serta pembahasan atas hasil penelitian yang dilakukan.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai kesimpulan yang berisikan jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian dan saran bagi pihak terkait dan peneliti selanjutnya.