BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya perdagangan bebas menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dalam menciptakan produk-produk untuk menjalankan kegiatan usahanya. Sejalan dengan kemajuan dalam bidang ekonomi, maka perkembangan dunia usaha juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Semua ini di buktikan dengan bermunculnya perusahaan-perusahaan pesaing. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memberikan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para konsumen maupun para pelanggan.

Melihat kenyataan dunia bisnis yang terus berkembang, persaingan bisnis yang semakin tajam membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk memasarkan produknya dengan menggunakan berbagai strategi untuk memaksimalkan penjualannya. Di dalam mencapai tujuannya perusahaan sering kali mendapatkan hambatan-hambatan dalam mencapainya. Hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan umumnya adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan sejenis. Di dalam kehidupannya manusia tidak lepas dari berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar sampai pada tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Salah satu kebutuhan manusia adalah tampil mewah, percaya diri dan kenyamanan. Kebutuhan itu dapat terpenuhi salah satunya dengan menggunakan kendaraan roda dua yaitu sepeda motor.

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang vital jaman sekarang. Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Dengan kondisi persaingan semakin hari semakin ketat berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan berbagai jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga saat ini berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan.

Saat ini fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia kegiatan menggunakan sepeda motor tidak hanya sebagai alat agar dapat pergi ke tempat lain dengan lebih mudah seperti fungsi alat transportasi pada umumnya. Sepeda motor juga di pandang sebagai bagian dari gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat seperti contohnya banyak sekali komunitas-komunitas sepeda motor seperti *harley davidson*, *matic*, dan *sport* di masa sekarang. Hal ini menjadi hal penting untuk diperhatikan karena perusahaan-perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan dan memberikan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan dunia otomotif. Meningkatnya jumlah kendaraan bermotor yang diikuti dengan berbagai jenis kendaraan baru tentu menjadi salah satu penyebab perkembangan dunia otomotif di Indonesia. Menyadari hal tersebut, saat ini begitu

banyak perusahaan otomotif asing yang melihat besarnya permintaan sepeda motor di Indonesia, sehingga akhirnya mereka menjual produknya di Indonesia. Terbukti dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang sepeda motor yang memasarkan produknya seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dll.

Suzuki merupakan salah satu merek dagang yang memproduksi kendaraan seperti mobil, mesin, ATV, dan sepeda motor dari perusahaan Suzuki Motor Corporation yang berasal dari Jepang. Menyadari hal itu, untuk memperluas jaringan pemasarannya pabrik sepeda motor membutuhkan dealer sebagai kepanjangan tangan agen pemegang tunggal kendaraan. Dealer ini bertugas mendistribusikan, menjual dan memberikan pelayanan purna jual sepeda motor serta dapat dikatakan sebagai ujung tombak pabrik agar produknya dapat laku terjual di masyarakat. Berbagai fenomena di lapangan khususnya di kota Batam banyak dealer otomotif didirikan dan berkembang, Salah satunya adalah PT Rodamas Makmur Motor sebagai group dari indomobil yang menjadi dealer resmi mobil dan sepeda motor Suzuki di kota Batam.

PT Rodamas Makmur Motor memasarkan berbagai tipe dari sepeda motor Suzuki, Suzuki mengeluarkan produk dengan segmen menengah keatas untuk memuaskan konsumen yaitu Suzuki Satria Fu150 dengan mutu dan kualitas produk yang terus diperbaiki. Dari pertama muncul produk ini dapat dikatakan berhasil sehingga menjadi andalan bagi perusahaan Suzuki. Konsumen saat ini dimanjakan dengan begitu banyak pilihan produk untuk memutuskan mana yang akan dibeli, sementara perusahaan dihadapkan pada persoalan yang sulit yaitu

persaingan. Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pesaing dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan mempertahankan pangsa pasar dalam hal ini kebutuhan konsumen dipengaruhi oleh keterlibatan konsumen dan kepercayaan mereka. Semakin tinggi konsumen terlibat dalam upaya pencarian informasi produk, maka akan semakin besar dorongan untuk memutuskan melakukan pembelian.

Dalam persaingan yang seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Semua produsen tentu memahami begitu pentingnya peranan dan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi keinginan dan harapan agar kepuasan pelanggan tercapai. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen sehingga mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak.

PT Rodamas Makmur Motor senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan disamping kualitas tersebut tinjauan terhadap harga juga semakin penting. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Oentoro, 2012: 149). Dilihat dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang ataupun jasa.

Konsumen saat ini sangat sensitif terhadap harga suatu produk. Suatu produk akan mudah diterima konsumen ketika harga produk tersebut bisa dijangkau oleh konsumen. Dilihat dari faktor harga, banyak perusahaan sepeda motor menetapkan beberapa srateginya, mulai dari kredit hingga beberapa tahun atau bahkan dengan *cash back*. Hal tersebut dilakukan agar mampu menjaring konsumen lebih bnayak lagi. Berikut ini adalah harga perbandingan dari sepeda motor merek Suzuki, Honda dan Yamaha dengan tipe sepeda motor yang sama :

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Sepeda Motor tipe sejenis Merek Suzuki, Honda, dan Yamahadi kota Batam

No	Merek Sepeda Motor	Harga
1	Suzuki Satria FU150	23.000.000
2	Sonic (Honda)	21.480.000
3	All New Vixion (Yamaha)	26.890.000

Sumber: Data Olahan (2018)

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat perbandingan harga tiga merek sepeda motor berdasar jenis tipe yang sama. Dapat dilihat bahwa harga untuk sepeda motor Suzuki Satria FU150 dengan harga Rp.23.000.000 berada di atas sepeda

motor Sonic dari Honda dengan harga Rp.21.480.000 dan berada di bawah sepeda motor All New Vixion dari Yamaha seharga Rp.26.890.000. Beberapa konsumen memerlukan fitur produk yang bisa mencerminkan dirinya (siapa dia). Ahli ekonomi beranggapan bahwa harga rendah untuk produk yang sama akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dari pada harga yang tinggi. Akan tetapi hanya sering merupakan sinyal mutu, harga barang yang murah dipersepsikan barang bermutu rendah dan begitupun sebaliknya.

Sebuah perusahaan harus mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen, dalam hal ini minat membeli dari seorang konsumen akan timbul setelah adanya proses evaluasi dan membuat suatu rangkaian mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Dengan kata lain faktor lain yang mempengaruhi minat membeli konsumen ketika melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk adalah citra merek.

Lee *et al*(Reven & Ferdinand, 2017) mendefenisikan citra merek adalah sebagai pemikiran dan perasaan konsumen mengenai suatu merek. Jika suatu konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap merek akan mempengaruhi terbentuknya pilihan produk yang akan dibeli, selanjutnya akan membentuk sikap positif dimana hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Setiadi (Sangadji & Sopiah, 2013: 121) mendefinisikan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Banyaknya pilihan sepeda motor saat ini membuat konsumen harus lebih cermat memutuskan untuk membeli sepeda motor mana yang sesuai untuk mereka.

Berikut ini adalah laporan data penjualan sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor di kota Batam.

Tabel 1. 2 Pada PT Rodamas Makmur Motor Penjualan Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 Batam Tahun 2015, 2016, dan 2017

No	Bulan	2015	2016	2017
1	Januari	86	74	11
2	Februari	208	106	15
3	Maret	128	86	18
4	April	138	27	22
5	Mei	82	49	9
6	Juni	99	73	15
7	Juli	138	19	5
8	Agustus	139	69	6
9	September	117	62	3
10	Oktober	142	40	2
11	November	74	36	20
12	Desember	159	41	13
Total		1.510 unit	682 unit	139 unit

Sumber: PT Rodamas Makmur Motor Batam

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa penjualan produk sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor di kota Batam setiap bulannya berfluktuasi, tetapi total penjualan setiap tahunnya mulai dari tahun 2015 sampai 2017 mengalami penurunan. Penurunan penjualan bila dilihat

dari sisi konsumen terhadap sepeda motor Suzuki Satria FU150 mengalami penurunan atau dapat berarti juga terdapat penurunan minat membeli masyarakat terhadap sepeda motor Suzuki Satria FU150 dalam 3 tahun terakhir. Penurunan ini juga tidak jauh karena persaingan industri sepeda motor yang semakin ketat dari waktu ke waktu.

Berdasarkan serangkaian uraian masalah dan data diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI (STUDI PADA KONSUMEN PT RODAMAS MAKMUR MOTOR BATAM)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penjelasan diatas maka penulis mengidentifikasi bahwa masalah-masalah yang ditemui pada PT Rodamas Makmur Motor di kota Batam sehubungan dengan kualitas produk, harga, dan citra merek adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan bisnis di bidang otomotif terutama sepeda motor semakin marak sehingga persaingan semakin ketat.
2. Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan sulit meningkatkan jumlah konsumen.
3. Konsumen semakin selektif di dalam melakukan pemilihan produk untuk di konsumsi.
4. Tuntutan produk semakin beragam dan terus menerus berkembang sesuai dengan perubahan zaman.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah hanya pada salah satu tipe sepeda motor Suzuki yang ada di PT Rodamas Makmur Motor Batam yaitu: Suzuki Satria FU150.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, peneliti merumuskan masalah yang dihadapi oleh PT Rodamas Makmur Motor Batam dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 pada PT Rodamas Makmur Motor Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Secara umum adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di PT Rodamas Makmur Motor Batam.
3. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di PT Rodamas Makmur Motor Batam.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU150 di PT Rodamas Makmur Motor Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada suatu produk tertentu. Serta diharapkan pula dari penelitian dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi permasalahan dan menentukan strategi bagi perusahaan kedepannya.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi PT Rodamas Makmur Motor Batam untuk dapat memberikan informasi dan pertimbangan bagi perusahaan untuk kedepannya lebih selektif lagi dalam penentuan harga dan memberikan kualitas produk yang baik sehingga dapat meningkatkan penjualan untuk kelangsungan hidup perusahaan.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat untuk lebih selektif dalam membeli suatu produk dengan harga yang pantas dan kualitas produk yang baik.

3. Bagi Peneliti

Penulis berharap hasil penelitian dapat menjadi rujukan dan acuan untuk melengkapi kegiatan penelitian yang memiliki komponen variabel yang sama, dapat dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk menambah wawasan dan menambah pengetahuan khususnya pemasaran dalam penelitian di masa mendatang.