

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia usaha di Indonesia memiliki tingkat persaingan sangatlah ketat, karena perusahaan selalu berusaha untuk meraih konsumen baru dan dapat meningkatkan pangsa pasar. Usaha perusahaan dapat bertahan dan memenangi persaingan, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Saat ini konsumen ditawarkan dengan banyak pilihan produk karena banyaknya pesaing sehingga banyak pula pilihan produk yang diinginkan oleh konsumen, dengan demikian konsumen dalam memilih produk lebih pintar dan cermat.

Perusahaan yang menginginkan penjualan yang optimal, maka perusahaan harus optimal serta efektif dan efisien dalam menyampaikan produknya kepada konsumen. Perusahaan yang ingin meluncurkan produknya, maka perusahaan harus mampu mengetahui kebutuhan konsumen yang sesuai dengan keinginannya. Perusahaan yang ingin produk-produknya laku di pasaran, maka perusahaan harus mampu mempromosikan produk secara efisien dan efektif, mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan produk yang berkualitas, sehingga produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Dan pada akhirnya

penjualan akan meningkat dan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat (William & Stanton, 2009).

Salah satu bentuk strategi bisnis yang utama adalah kualitas dan desain produk. Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan persaingannya (Assauri, 2008). Jadi desain sebuah produk dapat mempengaruhi laku atau tidaknya produk tersebut.

Transportasi di Indonesia khususnya, lebih didominasi oleh kendaraan roda dua yang diantaranya ialah jenis motor bebek, matik, serta motor '*sport*' dan yang sekarang ini kendaraan roda dua yang masih cukup banyak diminati masyarakat, berikut data pengguna kendaran bermotor di Indonesia:

Tabel 1.1
Data Pengguna Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jenis Kendaraan	2013	2014	2015	2016
Mobil Penumpang	11,484,514	12,599,038	13,480,973	14,580,666
Mobil Bis	2,286,309	2,398,846	2,420,917	2,486,898
Mobil Barang	5,615,494	6,235,136	6,611,028	7,063,433
Sepeda motor	84,732,652	92,976,240	98,881,267	105,150,082
Jumlah	104,118,969	114,209,260	121,394,185	129,281,079

Sumber : <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pengguna sepeda motor dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 terjadi peningkatan, dengan peningkatan tersebut berarti pertumbuhan sepeda motor sangatlah banyak.

Semua kendaraan saat ini secara garis besar didominasi oleh produk buatan Jepang diantaranya, antara lain : Honda, Yamaha, Suzuki,

dan Kawazaki. Kesemuanya itu juga ikut bermain di segmen pasar menengah ke bawah, terutama di sepeda motor jenis bebek. Sepeda motor bebek merupakan produk yang masih tetap diminati dan disukai oleh masyarakat Indonesia dengan desain yang semakin inovatif, sehingga untuk saat ini posisi sepeda motor matik sudah mampu menguasai dari pada jenis-jenis motor lain yang ada.

Dengan adanya keluaran baru sepeda motor jenis matik yakni Yamaha N-MAX. Banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan sepeda motor ini sehingga sepeda motor Yamaha N-Max ini mampu bersaing dengan jenis sepeda motor lainnya. Penjualan Yamaha N-MAX di Dealer Indo Perkasa III Mojoagung Jombang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, berikut data penjualan Yamaha N-MAX tahun 2015-2017.

Tabel 1.2
Data Penjualan Yamaha N-MAX
Di Indo Perkasa III Periode Tahun 2015-2017

No	Tahun	Penjualan
1	2015	212
2	2016	254
3	2017	317

Sumber: Indo Perkasa III Mojoagung Jombang, 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah penjualan Yamaha NMAX di Dealer Indo Perkasa III Mojoagung Jombang pada tahun 2015 sebesar 212 unit, tahun 2016 sebesar 254 unit dan tahun 2017 sebesar 317 unit , hal ini menunjukkan penjualan Yamaha N-MAX mengalami peningkatan.

Konsumen dapat mempengaruhi keputusannya dalam melakukan keputusan pembelian, diantaranya karena kualitas produk dan desain produk tersebut. Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, perusahaan harus mampu menawarkan produk yang berkualitas (Rosyid, et al., 2013). Mengacu pada pendapat Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk merupakan karakteristik produk/jasa yang sesuai pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Selain kualitas produk desain produk juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Desain produk merupakan suatu fitur yang mempengaruhi produk yang dapat terlihat, terasa, dan fungsi untuk konsumen (Kotler & Armstrong., 2008).

Desain produk yang dimiliki Yamaha N-MAX diantaranya memiliki model yang berbeda, unik, terlihat menarik dan dipadu dengan berbagai warna yang indah. Dengan demikian desain Produk yang menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Rosyid dkk (2013) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, harga, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Revo (Rosyid, et al., 2013).

Berdasarkan hasil survey terhadap 10 konsumen pengguna sepeda motor N-MAX, 7 konsumen diantaranya menyatakan bahwa kualitas produk dan desain yang membuat tertarik terhadap sepeda motor N-MAX.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk meneliti *tentang* **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mencoba merumuskan masalah yang menjadi dasar dalam Penelitian skripsi ini. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang?
2. Apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang?

1.3 Batas penelitian

Pembahasan batas masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi pembahasan pada pokok permasalahan penelitian saja. Penelitian ini dilaksanakan di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang namun dititik beratkan pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha N-MAX.

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Indo Perkasa III Mojoagung Jombang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini mempunyai nilai yang positif bagi pihak lain, juga sebagai bahan masukan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang objek yang diteliti maupun untuk dikembangkan dengan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan untuk lebih mengenal perilaku konsumen, perumusan strategi dan penentuan kebijakan dan digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX.