

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin berkembang menjadikan kebutuhan manusia ikut berkembang dan kompleks. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang semakin beragam. Keadaan ini menyebabkan persaingan produk semakin ketat, dimana untuk bisa bertahan ditengah persaingan maka perusahaan harus mampu menarik minat beli konsumen agar konsumen lebih mudah memenuhi kebutuhannya.

Salah satu alat transportasi yang mengalami banyak perkembangan adalah sepeda motor. Dimana sarana transportasi yang biasa disebut kendaraan sangat dibutuhkan dalam mengantisipasi mobilitas manusia yang terus meningkat dan juga lebih mengefesienkan waktu yang ada dengan baik. Dimana kendaraan dapat dijadikan sarana pendukung dalam menjalankan kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang memiliki jarak tempuh yang cukup jauh. Oleh karena itu sepeda motor dapat dijadikan sebagai pilihan untuk sarana transportasi.

Sepeda motor masih dianggap sebagai alat transportasi yang efisien dan efektif. Tidak heran jika banyak masyarakat memilih si kuda besi itu untuk mengurangi biaya transportasi seperti bahan bakar, waktu, tenaga bahkan lebih cepat sampai pada tujuan. Selain itu, dapat dengan mudah memarkirkan di tempat keramaian maupun lahan sempit. Tidak heran jika sepeda motor menjadi pilihan hampir semua lapisan masyarakat. Bukan saja kalangan pelajar,

mahasiswa, ataupun pekerja kelas menengah menyukai kendaraan tersebut sebagai transportasi alternatif dalam menjalankan aktivitas pekerjaannya.

Penjualan HONDA Supra X 125 masih perkasa. Bahkan, pada periode Januari-Agustus 2011, merupakan puncak tertinggi dalam empat tahun terakhir, yakni sekitar 19,19% dari total pasar motor bebek domestik. Pada periode tersebut, total penjualan motor bebek menyentuh angka sekitar 2,3 juta unit. Motor yang dibalut mesin 125cc tersebut juga memuncaki penguasaan pangsa pasar motor bebek sepanjang delapan bulan 2011 (Anonymous, 2012) sehingga dapat dikatakan bahwa HONDA Supra X 125 masih diminati oleh konsumen, namun perusahaan harus tetap menjadi kelemahan pesaing untuk memperluas segmen pasar sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di masa akan datang.

Untuk tetap menjaga kestabilan ataupun meningkatkan penjualan produk, biasanya perusahaan memberikan stimulus lewat rangsangan pemasaran. Produk, harga, distribusi dan promosi atau lebih dikenal 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang merupakan empat elemen dasar bauran pemasaran. Lewat keempat elemen atau faktor inilah perusahaan membuat strategi untuk menarik minat beli konsumen. Dengan diversifikasi produk misalnya, menciptakan produk dengan atribut yang sangat berbeda dari pesaing agar mudah untuk dikenali dan diingat oleh konsumen dan promosi gencar lewat periklanan agar konsumen tahu dan selalu ingat tentang produk tersebut bahkan tertarik untuk membeli. Ini merupakan sebagian dari sekian banyak contoh upaya perusahaan mengkreasikan rangsangan pemasaran yang ada agar produk perusahaan mendapat perhatian konsumen untuk dibeli.

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2007:347) Atribut produk merupakan pendefinisian manfaat-manfaat yang akan ditawarkan. Manfaat-manfaat tersebut kemudian dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut-atribut produk seperti kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk. Atribut dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam melakukan pembelian karena atribut adalah jantung dari sebuah produk yang dapat mencerminkan kegunaan sekaligus penampilan produk. Atribut produk yang baik akan menghasilkan hasil akhir yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Konsumen akan merasa bahwa produk tersebut lebih memiliki kelebihan untuk dibandingkan produk lain yang sejenis atau produk tersebut memiliki nilai tambah dimata konsumen. Perubahan pada atribut produk dapat menyebabkan perubahan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Sehingga dalam hal ini atribut produk berbanding lurus terhadap keputusan pembelian. Apabila atribut produk baik maka keputusan pembelian tinggi, tetapi apabila atribut produk buruk maka dapat menyebabkan keputusan pembelian rendah.

Demikian pula yang terjadi di Surya Agung Motor Bangkalan mengharapkan adanya tingkat keputusan pembelian yang tinggi terhadap seluruh produknya, khususnya terhadap produk sepeda motor HONDA Supra X 125. Dealer Surya Agung Motor Bangkalan adalah salah satu dealer resmi sepeda motor HONDA dengan fasilitas 3S (*sales, service, sparepart*) yang ada di kota Bangkalan. Sedangkan pelopor industri sepeda motor HONDA di Indonesia adalah PT Astra HONDA Motor (AHM). Dealer Surya Agung Motor Bangkalan beralamat di jalan Trunojoyo No. 21B Bangkalan. Dalam usahanya

tersebut perusahaan ini tentu saja tidak terlepas dari masalah atribut produk dagangannya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Menurut kepala Dealer Surya Agung Motor Bangkalan. perusahaan selalu berusaha meningkatkan volume penjualan HONDA Supra X 125 karena volume penjualan masih naik turun dalam upaya merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian lebih cepat terhadap sepeda motor HONDA Supra X 125. Sehingga diharapkan keputusan pembelian oleh konsumen lebih tinggi dari sebelumnya. Berikut adalah data penjualan sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan pada tahun 2008 sampai tahun 2012.

Tabel 1.1
Volume Penjualan sepeda motor HONDA

Periode Tahun 2008 sampai 2012 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan

Type	Target Penjualan (Unit)	Market Share					Volume Penjualan
		2008	2009	2010	2011	2012	
Revo Fit	125	22,2%	24,5%	32,2%	32,5%	35,1%	183
Blade		22,1%	32,3%	32,2%	33,2%	33,7%	192
Supra X 125		98%	97,2%	85,6%	92,8%	96,7%	589
Beat	125	22,1%	43,4%	52,8%	63,2%	64,7%	333
Spacy		8,9%	9,3%	8,6%	22,4%	23,2%	88
Scoopy		8,7%	8,9%	4,4%	19,2%	18,5%	75
Vario		87,9%	92,2%	97,6%	98,2%	98,8%	594
Mega Pro	100	12,8%	12,9%	10,2%	9,2%	1,6%	47
Tiger		7,2%	2,7%	1,8%	1,2%	1,3%	14
CBR		2,1%	2,2%	1,5%	1,2%	1,3%	8

Sumber : Dealer Surya Agung Motor Bangkalan

Berdasarkan tabel 1.1 volume penjualan Dealer Surya Agung Motor Bangkalan diatas menunjukkan bahwa pada kelas bebek yang terdiri dari Revo fit, Blade, dan Supra X 125 mengalami fluktuasi mulai tahun 2009 sampai 2012. Untuk kelas matik yang terdiri dari Beat, Spacy, Scoopy, dan Vario dari tahun ke

tahun mengalami peningkatan. Untuk kelas Sport seperti Mega Pro, Tiger dan CBR yang memiliki volume penjualan pada tiap tahunnya mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor HONDA Supra X 125 (Studi Pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk yang terdiri dari variabel kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan ?
2. Apakah atribut produk yang terdiri dari variabel kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan ?
3. Variabel atribut produk manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui atribut produk yang terdiri dari variabel kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan.
2. Untuk mengetahui atribut produk yang terdiri dari variabel kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan.
3. Untuk mengetahui variabel atribut produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA Supra X 125 pada Dealer Surya Agung Motor Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain sebagai syarat kelulusan untuk menempuh gelar sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura, diharapkan penelitian ini juga bermanfaat bagi:

1. Manfaat Akademik

Menambah wawasan tentang atribut produk dan memberikan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Mampu memberikan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengembangkan dan

meningkatkan minat beli konsumen melalui strategi pemasaran khususnya atribut produk yang dimiliki produk sebelumnya, supaya lebih mempertahankan posisinya sebagai *market leader* di industri sepeda motor.

b. Pihak lain

Bermanfaat sebagai bahan bacaan atau referensi dalam mengembangkan penelitian ini di bidang pemasaran.

c. Membantu mengantisipasi masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran khususnya tentang atribut produk dalam melakukan keputusan pembelian konsumen.