

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Setiap perusahaan dalam menghadapi persaingan dan perkembangan dunia bisnis perlu melakukan berbagai inovasi dan kreatifitas terhadap produk yang diproduksi. Aktivitas ini bertujuan untuk menarik pangsa pasar. Semakin banyak pangsa pasar yang telah dijangkau artinya semakin banyak wilayah untuk memasarkan produk yang telah diproduksi. Pangsa pasar yang banyak semakin memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya. dengan tujuan penjualan produk mengalami peningkatan sesuai target.

Semakin pesat perkembangan inovasi produk yang dilakukan perusahaan artinya semakin meningkatkan kualitas dan merek produk tersebut. Presepsi konsumen terhadap citra merek memiliki dampak positif pada keputusan pembelian. Dengan program marketing yang baik dan kuat akan sedikit demi sedikit tercipta brand image yang positif dan mudah untuk dikenali (Mustakarillah dalam karlina, 2015). Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian produk (Purwati dalam seminari, 2015)

Sepeda motor merupakan suatu alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh sebagian besar orang dibandingkan alat transportasi lainnya. Alat transportasi ini mempunyai kelebihan dari pada menggunakan alat transportasi lain. Bentuknya yang tidak terlalu besar serta fungsinya yang banyak mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menggunakan salah satu alat transportasi ini. Berikut merupakan data penjualan sepeda motor Di Indonesia untuk semua merek motor dari bulan Januari - Maret 2016 yaitu :

Tabel 1.1 Data Penjualan Merek Sepeda Motor bulan Januari – Maret 2016

	Januari	Februari	Maret
Honda	287776	362668	440171
Kawasaki	10681	11081	9842
Suzuki	5587	11721	5085
TVS	95	159	187
Yamaha	112124	139235	108416

Sumber : *A/Sl* – Otomotifnet.com (2016)

Dari Tabel 1.1 produk Honda memiliki penjualan yang sangat banyak dibandingkan produk lainnya. Persaingan yang mampu mengikuti produk Honda yaitu Yamaha, namun untuk penjualan dari setiap daerah di Indonesia tentunya berbeda.

Di Kabupaten Sampang terdapat 2 dealer penjualan sepeda motor yang cukup besar rata-rata penduduk sampang jika ingin membeli sepeda motor, membeli di salah satudari kedua dealer tersebut. Kedua dealer tersebut yaitu CV Trisakti Motor yang menjual produk sepeda motor Yamaha dan UD Al Amin yang menjual produk sepeda motor Honda.

Berikut merupakan data penjualan sepeda motor pada CV Trisakti Motor produk Yamaha dan sepeda motor produk Honda UD Al Amin daerah Sampang pada bulan Januari – Oktober 2016 sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor pada bulan Januari – Oktober 2016

	CV Trisakti Motor	UD Al Amin
	Yamaha	Honda
Januari	30	24
Februari	22	20
Maret	16	18
April	24	19
Mei	21	22
Juni	26	23
Juli	24	17
Agustus	21	18
September	17	16
Oktober	15	13
Jumlah	216	190

Sumber : CV Trisakti Motor dan UD Al Amin Sampang (2016)

Berdasarkan Tabel 1.2 maka dapat dikatakan bahwa persaingan Di dunia otomotif khususnya sepeda motor cukup kompetitif. Khususnya 2 merek yang sangat terkenal yaitu Honda dan Yamaha yang saling bersaing dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari Tabel 1.2 juga diketahui bahwa penjualan sepeda motor Yamaha memiliki penjualan yang tinggi dibandingkan dengan sepeda motor Honda dengan selisih 26. Yamaha menjadi leader dalam penjualan sepeda motor di daerah Sampang, dan konsumen banyak tertarik pada produk Yamaha.

Banyaknya variasi sepeda motor beserta kualitas serta kelebihanannya membutuhkan suatu perilaku yang cermat dalam proses pembelian produk tersebut. Perilaku dalam keputusan ini menjadikan hal yang paling penting dalam melakukan suatu pertimbangan yang baik guna memperoleh suatu produk sepeda motor sesuai keinginannya. Perilaku konsumen sangat penting bagi para pelaku usaha untuk mengetahui keinginan produknya serta mengetahui strategi pemasaran mengenai pangsa pasar yang menguntungkan.

Informasi tentang perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan guna memasarkan produk di pasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, dengan adanya perilaku konsumen yang selalu berbeda akan memberikan inovasi untuk perusahaan untuk meningkatkan penjualan sepeda motor.

CV Tri Sakti Motor melakukan survey untuk terus mengetahui tingkat penjualan sepeda motor Yamaha. Survey tersebut sangat penting untuk menambah segmentasi pasar dan memperluas daerah penjualan ke berbagai daerah guna meningkatkan keuntungan. Selain itu, survey yang dilakukan agar memberikan informasi keinginan konsumen terhadap suatu produk dan memberikan pandangan mengenai meningkatnya faktor mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan salah satu faktor yang utama guna terus meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk suatu perusahaan. Kepuasan ini akan memberikan dampak yang baik dan tidak ragu dalam keputusan pembelian.

Faktor faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak terdiri dari beberapa faktor yaitu citra merek dan kualitas produk. Faktor tersebut sangat mampu memberikan keputusan yang mempengaruhi minat beli dari konsumen (Supriyadi, Fristin, dan Indra, 2016).

Kualitas merupakan sejumlah atribut atau sifat – sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan – harapan pelanggan (Anastasia dan Nurendah, 2014). Pentingnya kualitas produk karena semakin tinggi kualitas produk maka akan mampu

menggambarkan fungsi produk secara baik dan mampu memberikan kepuasan konsumen yang tinggi serta mampu meningkatkan jumlah konsumen.

Merek juga menjadi perhatian konsumen dalam proses keputusan pembelian suatu produk. Konsumen tentunya ingin suatu sepeda motor yang memiliki nama merek yang cukup terkenal. Fungsi dari merek adalah memberikan petunjuk bagi konsumen mengenai produk tersebut (Karlina dan Seminari, 2015).

Citra merek (*brand image*) suatu produk merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu (Supriyadi, Fristin, dan Indra, 2016).

Citra merek memiliki kaitan dengan keputusan pembelian konsumen, karena semakin tinggi dan terkenal suatu merek maka akan menambah daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk. Dalam perkembangan pasar yang terus meningkat maka banyak konsumen yang sangat memperhatikan merek dibandingkan karakteristik produk lainnya dalam melakukan proses keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mengambil Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV. Trisakti Motor Sampang.**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka rumusan masalah yang tepat adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor ?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor ?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor.
2. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor.
3. Untuk mengetahui variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Universitas Trunojoyo Madura, sebagai sarana implementasi dalam mencetak lulusan yang handal dan mampu menyusun karya ilmiah.
2. Bagi penulis, untuk menambah dan memperdalam ilmu yang didapat selama kuliah dan melatih diri agar dapat mengaplikasi dalam dunia kerja.

3. Bagi peneliti, dapat dijadikan acuan referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya dengan variabel yang berbeda.