

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di bangkalan sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga akibat dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang akan diluncurkan oleh setiap perusahaan.

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama di bidang kendaraan bermotor roda dua, untuk terus memproduksi penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Seperti sekarang ini persaingan di dunia otomotif semakin ketat, khususnya persaingan sepeda motor di bangkalan.

Fakta memperlihatkan penjualan sepeda motor terus meningkat, karna dengan sepeda motor kebutuhan masyarakatpun terpenuhi. Mereka bisa pergi ke mana saja tanpa khawatir terjebak kemacetan dan tanpa perlu mengeluarkan uang untuk tarif angkutan umum yang semakin tinggi. Di sisi lain, pihak lembaga

keuangan mengizinkan untuk mengucurkan kredit penjualan sepeda motor. Untuk dapat memiliki sepeda motor, konsumen tidak perlu mengeluarkan dana besar, cukup membayar uang muka di bawah Rp. 1.000.000,00 dan cicilan antara Rp. 400.000,00 maka dalam waktu tiga tahun sepeda motor sudah menjadi milik sendiri.

Munculnya pesaing baru yang lokasinya berdekatan dengan PT. Trisakti Yamaha juga akan menghambat tingkat penjualan sepeda motor. Honda telah membuka *dealer* surya agung yang letaknya berdekatan dengan PT.Trisakti Yamaha. Hal ini menyebabkan konsumen dapat membandingkan produk honda supra yang mana sangat diminati oleh masyarakat. Sehingga berdampak langsung pada tingkat penjualan sepeda motor di PT. Trisakti Yamaha Bangkalan.

Yamaha sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini telah menyadari persaingan ini. Yamaha senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka. Di Bangkalan banyak terdapat distributor produk Yamaha, salah satunya yaitu Yamaha PT.Trisakti. PT.Trisakti merupakan salah satu distributor sepeda motor Yamaha terbesar di bangkalan. Di samping menjual berbagai macam item sepeda motor diantaranya Yamaha Vega, Yamaha Jupiter, Yamaha Mio, Yamaha Xeon, Yamaha Jupiter MX, Yamaha Byson, Yamaha V-Xion dan berbagai macam item lainnya. PT. Trisakti juga membuka tempat service dan menjual *spare part* sepeda motor Yamaha. Strategi ini dilakukan untuk memberi pelayanan dan kemudahan bagi pelanggan jika terjadi kerusakan atau masalah pada sepeda motornya.

Perkembangan dibidang teknologi menyebabkan semakin banyak bermunculan produk Jupiter Z yang semakin hari semakin canggih dengan berbagai tipe dan warna yang menarik serta kenyamanan dan keamanan yang diberikan bagi penggunanya. Konsumen tidak lagi melihat atau menilai suatu produk itu dari satu sisi, akan tetapi mereka menilai suatu produk dari keunggulan yang menyertainya. Sekarang ini Jupiter Z Yamaha menjadi trend, sehingga tidak sedikit konsumen yang tertarik untuk membeli akan tetapi dengan begitu banyak merek yang ada dipasaran mengenai Yamaha Jupiter Z, maka tentu akan dipersepsikan secara berbeda oleh konsumen dalam bentuk kualitas produk yang akan menentukan penilaian konsumen terhadap produk tersebut sebelum memutuskan untuk membeli

Berikut adalah Data penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z PT. Trisakti pada tahun 2010- 2012 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
DATA PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA JUPITER Z PT.TRISAKTI
BANGKALAN
Tahun 2010 - 2012

TAHUN	TOTAL PENJUALAN
2010	45
2011	21
2012	10
Jumlah	76

Sumber: PT. Trisakti Yamaha Bangkalan

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.1 dapat disimpulkan, adanya penurunan penjualan sepeda motor di yamaha sejak 2011 hingga 2012, meskipun sempat mengalami penurunan pada periode tahun 2011. Di tahun 2010 menunjukkan peningkatan karena telah mencapai lebih dari setengah jumlah produksi pada tahun sebelumnya. Akan tetapi pada tahun 2012

menunjukkan penurunan hal ini harus dapat dimanfaatkan oleh produsen untuk dapat meningkatkan penjualannya.

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya dibidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen.

Dalam memahami perilaku konsumen, terdapat banyak pengaruh yang mendasari seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Perusahaan selalu berusaha memuaskan konsumen mereka dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumen). Seseorang yang membutuhkan suatu produk akan membayangkan manfaat apa saja yang bisa diperoleh dari produk yang akan dipergunakan. Manfaat suatu produk merupakan konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika membeli dan menggunakan suatu produk.

Peningkatan kualitas produk dirasakan perlu dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan itu dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk memilih judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YAMAHA JUPITER Z PT.TRISAKTI BANGKALAN”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk yang terdiri dari kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan, kemampuan pelayanan, kesesuaian, estetika dan kualitas yang dipersepsikan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z di PT. Trisakti Bangkalan?
2. Variabel mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z di PT. Trisakti Bangkalan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang terdiri dari kinerja, keistimewaan, kehandalan, daya tahan dan kemampuan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z di Bangkalan.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z di PT. Trisakti Bangkalan?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah bagi perusahaan, dan bagi konsumen.

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

2. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.