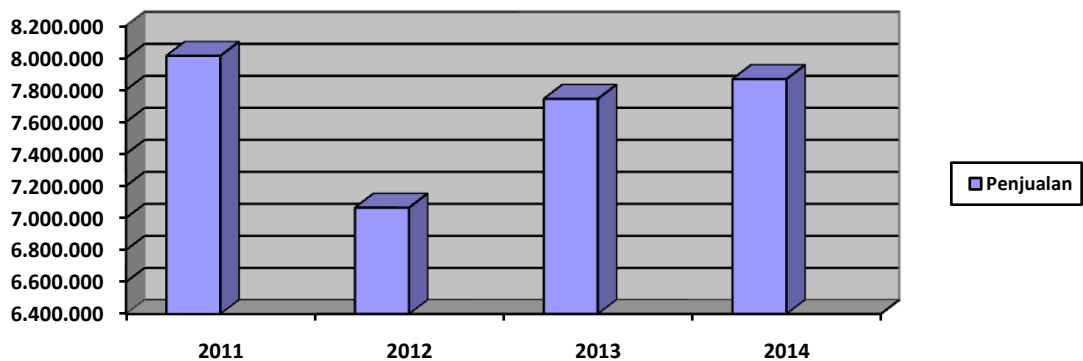


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang paling banyak digunakan. Penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harganya yang relatif lebih terjangkau untuk sebagian kalangan juga di dalam penggunaan bahan bakarnya yang lebih irit serta biaya operasionalnya yang lebih hemat. Pertumbuhan penjualan sepeda motor dalam beberapa tahun ini menunjukkan trend yang positif, hal ini ditunjukkan dengan penjualan sepeda motor yang meningkat. Berikut ini adalah grafik tentang penjualan sepeda motor di Indonesia yang akan disajikan pada gambar 1.1 berikut ini:



Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2015

**Gambar 1. 1 Total Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2011-2014  
(Dalam Satuan Unit)**

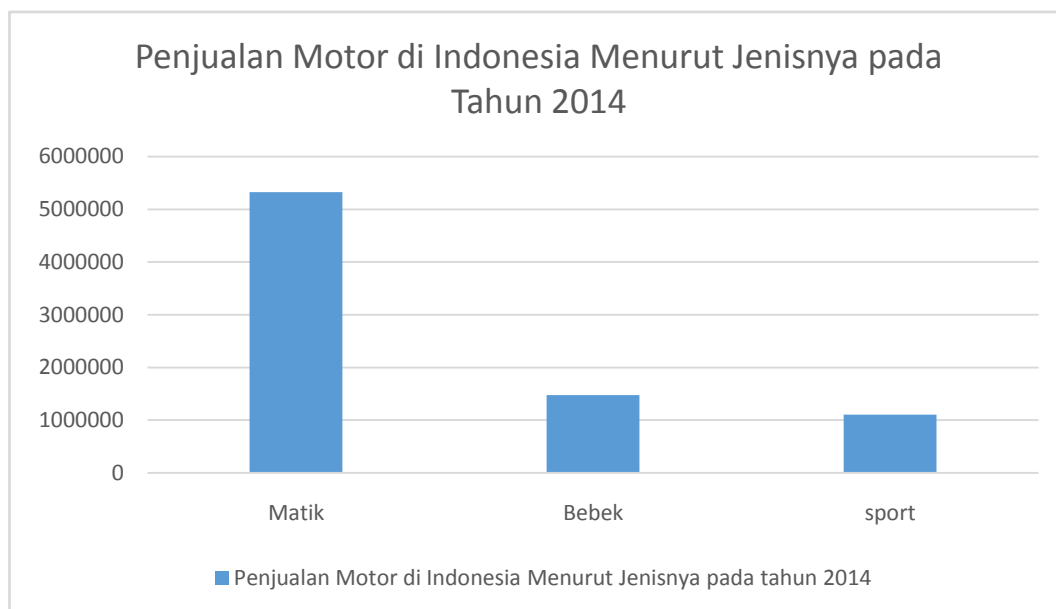
Pada gambar 1.1 terungkap total penjualan sepeda motor dari tahun ke tahun yang diterbitkan oleh asosiasi industri sepeda motor Indonesia (AISI) dalam kurun waktu empat tahun terakhir yaitu dari 2011 hingga tahun 2014. Penjualan motor dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu mencapai angka 948.083 unit namun pada tahun-tahun berikutnya kembali mengalami peningkatan penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri sepeda motor di Indonesia sangat potensial untuk para pelaku bisnis kendaraan bermotor.

Fauzi Nirwansyah Lubis, 2015

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA BYSON**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Di Indonesia sendiri terdapat tiga jenis sepeda motor yang beredar di pasaran yaitu tipe sepeda motor matic, bebek, dan sport. Tipe-tipe sepeda motor tersebut diproduksi oleh para produsen sepeda motor di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia yang memiliki aktivitas yang berbeda-beda. Berikut ini adalah total penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2014



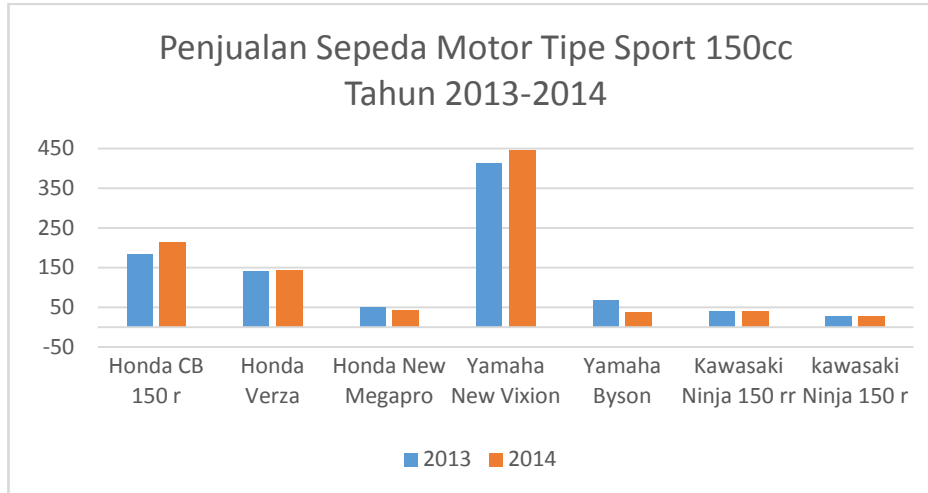
Sumber: Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2015

**Gambar 1. 2 Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan Jenisnya di Tahun 2014**

Penjualan sepeda motor tipe matic menjadi penguasa pasar sepeda motor berdasarkan jenisnya dengan total penjualan sebesar 5.324.992 unit. Lalu pada jenis berikutnya yaitu sepeda motor jenis bebek dengan total penjualan sebesar 1.477.682 unit, sedangkan untuk sepeda motor jenis sport berada pada posisi terbawah atau paling rendah dengan total penjualan sebesar 1.106.267 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa jenis sepeda motor sport menjadi posisi terbawah di dalam penjualan sepeda motor di Indonesia karena penjualannya menjadi yang terendah diantara tipe-tipe lainnya.

Penelitian kali ini difokuskan pada penelitian motor sport dikarenakan total penjualannya yang paling rendah jika dibandingkan dengan penjualan sepeda motor jenis lain. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai penjualan sepeda motor tipe sport di Indonesia, penulis mendapatkan data mengenai penjualan sepeda

motor tipe sport dengan mesin bervolume 150cc seperti yang dilansir pada laman website [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id). Berikut data penjualan sepeda motor tipe sport dengan mesin bervolume 150cc pada tahun 2013 sampai tahun 2014. Hal tersebut terlihat pada gambar 1.3



Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2015

**Gambar 1. 3 Penjualan Sepeda Motor Tipe Sport 150cc Tahun 2013-2014**

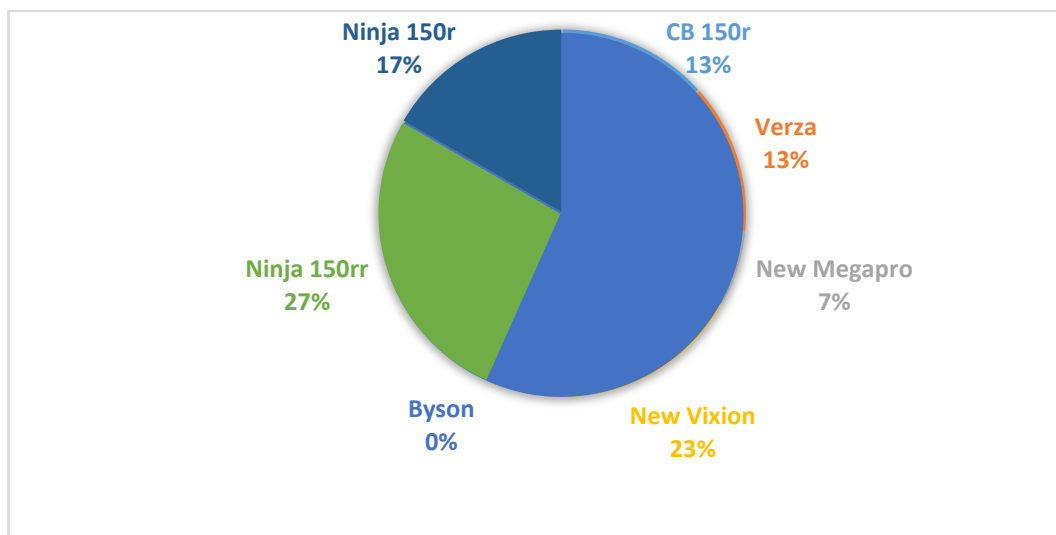
Dari gambar 1.3 terungkap bahwa penjualan motor tipe sport 150cc pabrikan Yamaha dengan jenis New Vixion mendapatkan jumlah penjualan tertinggi di tahun 2013 dengan total penjualan sebanyak 412.912 unit dan tahun 2014 dengan total penjualan sebanyak 444.281 unit, dengan persentase kenaikan sebesar 7,6%. Sedangkan penjualan paling rendah ada pada tipe sport pabrikan Kawasaki jenis Ninja 150r dengan total penjualan sebanyak 27.756 pada tahun 2013 dan total penjualan tahun 2014 sebanyak 27.436 dengan persentase penurunan sebesar 1,15%.. Pada grafik tersebut juga terungkap adanya penurunan yang signifikan pada motor Yamaha Byson. Dapat disimpulkan bahwa motor tipe sport 150cc pabrikan Yamaha jenis Byson mengalami penurunan yang cukup tinggi yaitu sebesar 46,1%. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh kurangnya minat beli konsumen terhadap sepeda motor jenis Byson. Seperti disebutkan oleh Kotler (2012,hlm.168), minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Fauzi Nirwansyah Lubis, 2015

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA BYSON**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian terdahulu mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Mohd Rizalmi dkk (2011) menyatakan bahwa dalam melakukan minat beli konsumen akan mempertimbangan kualitas produk. Selanjutnya menurut Nela Kristiana (2012) mengungkapkan bahwa atribut produk berpengaruh pada minat beli. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai seperti apa minat beli konsumen terhadap sepeda motor tipe sport 150cc jenis Byson, maka peneliti melakukan pra penelitian kepada 30 responden yang merupakan bagian dari mahasiswa FPEB UPI angkatan 2014. Hasil dari penelitian yang mengukur minat beli responden terhadap beberapa jenis motor sport dengan pilihan jenis CB 150r, VERZA, New Megapro, New Vixion, Byson, Ninja 150rr, dan Ninja 150r adalah seperti ditampilkan pada gambar 1.4



Sumber : data yang sudah diolah, 2015

**Gambar 1. 4 Hasil Survei Minat Beli Sepeda Motor Sport 150cc pada 30 Responden**

Pada gambar 1.4 terungkap bahwa minat beli terhadap sepeda motor tipe sport 150cc didominasi oleh jenis sepeda motor Ninja 150rr sebesar 27% atau sebanyak 8 responden lalu berikutnya sepeda motor sport jenis New Vixion sebesar 23% atau sebanyak 7 responden, selanjutnya sepeda motor tipe sport jenis ninja 150r sebesar 17% atau sebanyak 5 responden, selanjutnya sepeda motor tipe sport jenis Verza dan CB150r sebesar masing-masing 13% atau sebanyak 4 responden, selanjutnya sepeda motor tipe sport jenis New Megapro sebesar 7%

Fauzi Nirwansyah Lubis, 2015

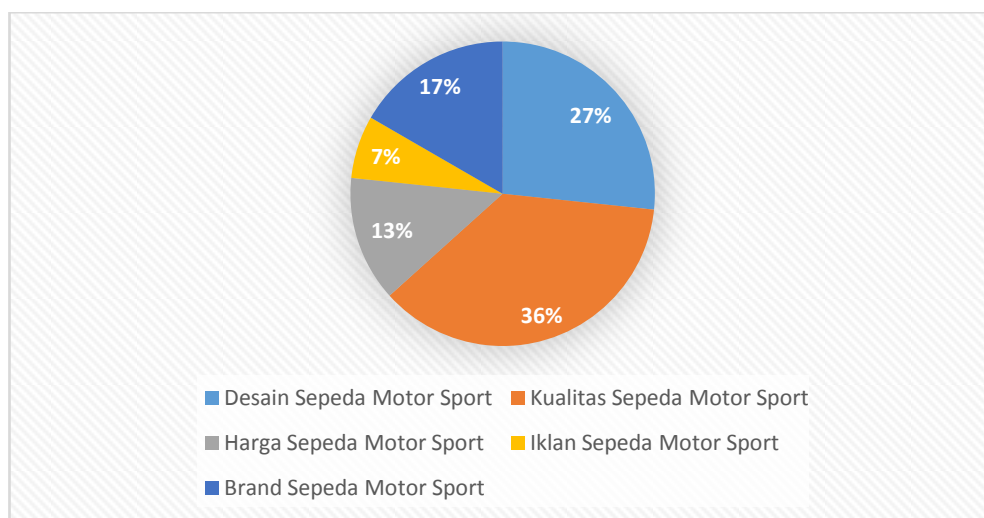
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA BYSON**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

atau sebanyak 2 responden, dan Terakhir sepeda motor tipe sport jenis Byson sebesar 0% atau sebanyak 0 responden.

Sepeda motor tipe sport 150cc jenis Byson pabrikan Yamaha kali ini mengalami penurunan dalam hal minat beli konsumen, terbukti dari hasil pra penelitian terungkap tidak satupun dari responden memiliki minat beli terhadap sepeda motor tipe sport jenis Byson pabrikan Yamaha.

Hasil lainnya terungkap bahwa faktor yang mempengaruhi minat beli para responden atas sepeda motor tipe sport yang ingin mereka beli. Hasil dari pra penelitian yang telah dilakukan ini tersaji dalam gambar 1.5.



Sumber : data yang sudah diolah, 2015

**Gambar 1. 5** Survei Pra Penelitian Faktor Minat Beli Sepeda Motor Tipe Sport

Pada gambar 1.5 terungkap tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli pada 30 responden yang merupakan mahasiswa FPEB UPI angkatan 2014. Dari data hasil pra penelitian didapatkan hasil bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas sebesar 36% atau sebanyak 11 responden, selanjutnya faktor desain sebesar 27% atau sebanyak 8 responden, selanjutnya faktor brand sebesar 17% atau sebanyak 5 responden, selanjutnya faktor harga sebesar 13% atau sebanyak 4 responden, selanjutnya faktor iklan sebesar 7% atau sebanyak 2 responden.

Dari hasil pra penelitian tersebut didapat bahwa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen atas sepeda motor tipe sport kebanyakan dipengaruhi oleh faktor kualitas dan desain dari sepeda motor tipe sport yang akan dibeli. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2012, hlm. 283) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan,

Sepeda motor sport Byson keluaran pabrikan Yamaha dibuat untuk para konsumen yang menginginkan motor sport dengan kapasitas mesin yang tidak terlalu besar sehingga memudahkan para pengguna untuk mengendarainya dan juga irit dalam penggunaan bahan bakarnya. Lalu sepeda motor ini dibuat untuk para pengguna yang menyukai petualangan perjalanan antar kota dengan mesin yang tangguh Selain itu sepeda motor ini dibuat dengan desain yang aerodinamis sehingga memudahkan pengemudi dalam berkendara dan tampilan dari sepeda motor inipun dibuat dengan tema *sporty* untuk pria yang menyukai perjalanan.

Kualitas produk yang baik akan memberikan kontribusi positif terhadap para calon konsumen. Hal ini dapat dimanfaatkan Yamaha untuk menangani masalah minat beli konsumen terhadap sepeda motor tipe sport yang cenderung rendah. Penulis tertarik untuk untuk meneliti pengaruh kualitas dan desain produk sepeda motor Byson pada mahasiswa FPEB UPI angkatan 2014 karena mahasiswa FPEB UPI angkatan 2014 kebanyakan adalah pengguna sepeda motor sehingga dapat memudahkan penulis untuk mencari responden yang masuk kedalam kriteria yang sesuai untuk penelitian.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, penyusun tertarik melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA BYSON** (Survei akan dilakukan pada mahasiswa FPEB UPI Bandung angkatan 2014).”

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Yamaha adalah salah satu dari lima besar produsen sepeda motor di Indonesia yang mengalami rendahnya minat beli terhadap salah satu jenis sepeda motor tipe sport yang mereka pasarkan yaitu Yamaha Byson, yang disebabkan

oleh kurangnya kualitas produk yang dirasakan konsumen pada sepeda motor jenis sport Yamaha Byson. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat beli konsumen yang salah satunya melalui peningkatan kualitas produk sepeda motor Yamaha Byson yang sesuai dengan keinginan konsumen. Diduga kualitas produk dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Byson.

### **1.3 Rumusan Masalah Penelitian**

1. Bagaimana deskripsi kualitas produk sepeda motor Yamaha Byson menurut konsumen ?
2. Bagaimana deskripsi minat beli sepeda motor Yamaha Byson menurut konsumen ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk sepeda motor Yamaha Byson terhadap minat beli konsumen ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui deskripsi kualitas produk Yamaha Byson menurut konsumen.
2. Untuk mengetahui deskripsi minat beli konsumen sepeda motor Yamaha Byson menurut konsumen.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk sepeda motor Yamaha Byson terhadap minat beli konsumen.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan masukan teoritis bagi perkuliahan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Mengembangkan ilmu yang didapat serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas produk.
- b. Memperkuat pandangan bahwa pengembangan kualitas produk dalam industri sepeda motor benar-benar diperlukan guna pencapaian optimal berkaitan dengan bahasan penelitian ilmiah, khususnya yaitu mengenai kualitas produk serta pengaruhnya terhadap minat beli.

## 2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi pengetahuan akan minat beli konsumen terhadap sepeda motor tipe sport yang dipengaruhi oleh kualitas produk, serta memberikan masukan berharga bagi perusahaan Yamaha mengenai pentingnya pengembangan kualitas produk guna mencapai minat beli yang tinggi terhadap sepeda motor tipe sport.



