

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan industri otomotif di Indonesia begitu pesat, hal tersebut ditandai dengan banyaknya jenis kendaraan roda dua yang tersebar di berbagai tempat. Tingginya permintaan dari masyarakat, berdampak pada persaingan industri kendaraan roda dua yang semakin kompetitif di pasaran, sehingga memunculkan banyaknya kendaraan roda dua dengan berbagai merek. Industri kendaraan roda dua Indonesia menduduki posisi ketiga terbesar di dunia. Posisi pertama ditempati China, kemudian disusul oleh India. Dengan semakin banyaknya merek-merek kendaraan roda dua yang berada di pasaran, maka masyarakat mempunyai banyak pilihan untuk menentukan kendaraan roda dua sesuai dengan keinginan (<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/09/03/1334501/Industri.Sepeda.Motor.Indonesia.Terbesar.Ketiga.Dunia>).

Pertimbangan masyarakat memilih menggunakan kendaraan roda dua dibandingkan dengan kendaraan lainnya, ditunjukkan oleh data, yaitu total penjualan sepeda motor pada tahun 2013 meningkat 8,81 persen sebesar 7.770.759 unit dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2012 yang lalu, yaitu sebesar 7.141.586 unit. Sedangkan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), total

penjualan mobil tahun 2011 sebesar 1.100.000 unit, dan pada pada tahun 2012

mencapai 1.229.903 unit (<http://autos.okezone.com/read/2014/01/15/52/926652/1-229-903-terjualselama-2013>).

Permintaan kendaraan roda dua yang cenderung naik dari tahun ke tahun menjadi peluang bisnis bagi para distributor kendaraan roda dua atau pengusaha otomotif untuk dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar. Karena tidak bisa ditolak lagi bahwa, kendaraan roda dua akan terus menjadi alternatif transportasi bagi masyarakat.

Berikut ini merupakan grafik produksi kendaraan roda dua dalam negeri, dari tahun 2008 – 2013.

Gambar 1.1
Grafik Produksi Sepeda Motor Dalam Negeri Tahun 2008 - 2013



Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

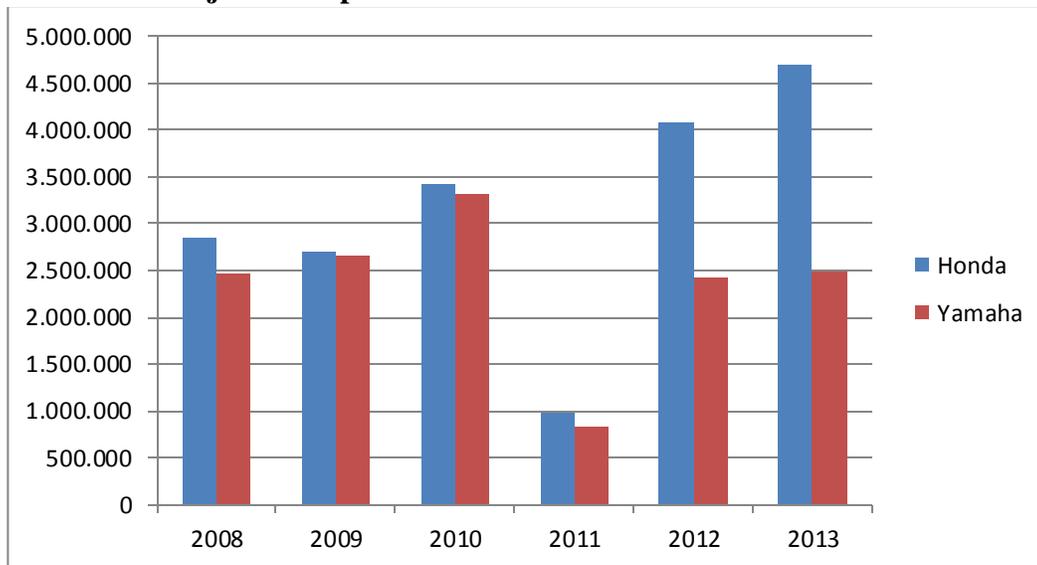
Sumber: Data yang diolah oleh peneliti yang dikutip dari
http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=09¬ab=16

Pada gambar 1.1 menunjukkan adanya peningkatan produksi sepeda motor dalam negeri sejak 2008 hingga 2012, meskipun sempat mengalami penurunan sebesar 6,07 % pada periode tahun 2009. Pada periode tahun 2010 dan 2011, data menunjukkan *trend* peningkatan jumlah produksi dibandingkan pada tahun sebelumnya. Akan tetapi, *trend* tersebut turun pada periode tahun 2012 dan terjadi peningkatan kembali sebesar 9,89 % pada periode tahun 2013. *Trend* peningkatan ini harus dapat dimanfaatkan oleh produsen untuk dapat meningkatkan kembali penjualannya pada tahun mendatang.

Trend yang cenderung naik dari produksi kendaraan roda dua dalam negeri menjadi bukti, bahwa kendaraan roda dua akan terus mengalami peningkatan dari segi produksi. Kendaraan roda dua yang beredar di pasaran, seperti honda, yamaha, suzuki, kawasaki, dan tvs merupakan merek-merek kendaraan yang telah dikenal oleh masyarakat. Persaingan antara industri kendaraan roda dua tersebut sangat kompetitif dan terus melakukan inovasi untuk memperluas segmen pasar. Merek honda dan yamaha merupakan merek kendaraan roda dua yang sampai sekarang menjadi *market leader* di pasaran.

Berikut ini merupakan tabel penjualan sepeda motor dari dua jenis merek, Honda dan Yamaha dari tahun 2008 sampai tahun 2013:

Gambar 1.2
Grafik Penjualan Sepeda Motor Yamaha dan Honda Tahun 2008 – 2013



Sumber: Data yang diolah oleh peneliti yang dikutip dari <http://triatmono.info/>

Pada gambar 1.2 terdeskripsikan, bahwa motor Yamaha yang merupakan produk lama yang telah menjadi kompetitor Honda selama bertahun-tahun, tetapi masih belum bisa bersaing atau mengalahkan Honda, dan selama enam tahun berturut-turut, seperti yang terlihat pada gambar 1.2 penjualan sepeda motor di atas, Yamaha hanya mampu menempati posisi kedua.

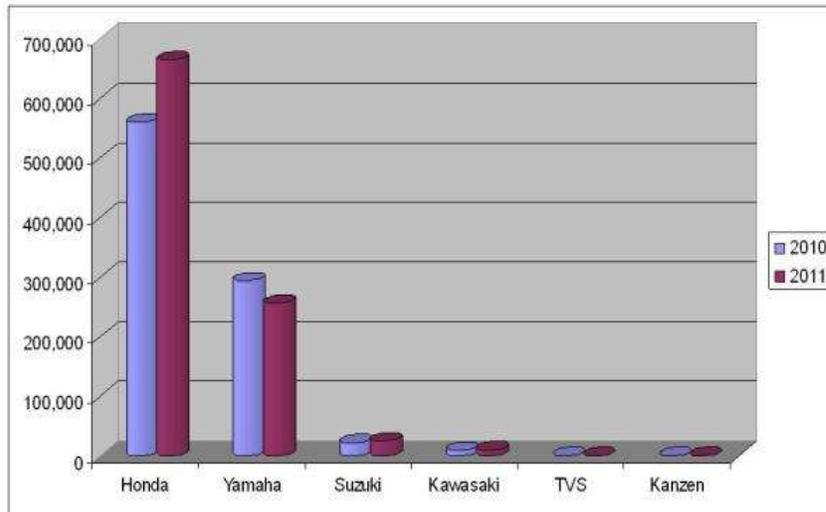
Berikut ini merupakan grafik penjualan sepeda motor dari berbagai jenis merek dari tahun 2012-2014 di Jawa Barat:

Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 1.3
Grafik Penjualan Sepeda Motor Yamaha dan Honda Tahun 2010 – 2011

Penjualan Motor di Jawa Barat



Sumber: aisi, diolah, Januari-oktober

Penjualan sepanjang Januari sampai Oktober 2011, Honda masih memimpin di peringkat atas dengan pangsa pasar sekitar 69,46%. Angka itu melejit jika dibandingkan periode sama 2010 yang sekitar 63,19%. Peningkatan pangsa pasar tersebut tidak terlepas dari keberhasilan Honda menaikkan volume penjualan hingga sekitar 18,64%. Pada periode 2010, volume penjualan Honda sekitar 560 ribuan unit, periode yang sama tahun ini sekitar 664 ribuan unit. Tapi, kenaikan pangsa pasar tersebut juga dipengaruhi oleh melemahnya penjualan Yamaha. Pada Januari-Oktober 2011, Yamaha mencatat penurunan volume penjualan sekitar 12,74%, mengakibatkan

Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA

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

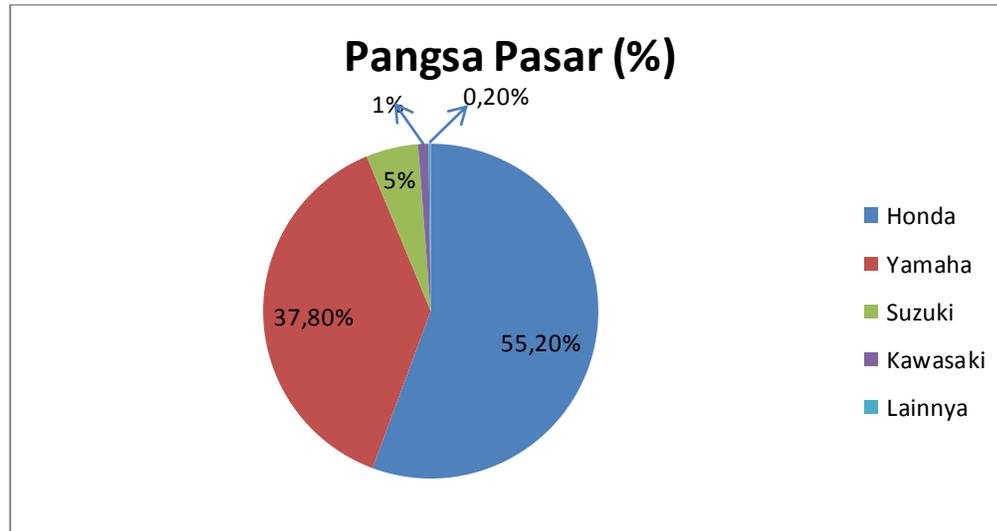
pangsa pasar Yamaha pun ikut menurun. Akhir Oktober 2010, pangsa pasar Yamaha sekitar 33,14%, dan pada bulan Oktober 2011, turun menjadi 26,79%.

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Kota Bandung 2013

	Penjualan (Unit)	Pangsa Pasar (%)
Honda	583.354	55.20%
Yamaha	399.371	37.80%
Suzuki	52.840	5.00%
Kawasaki	19.022	1.80%
Lainnya	2.114	0.20%

Sumber Data: Daya Adicipta Mustika

Gambar 14
Penjualan Sepeda Motor Kota Bandung 2013



Pada tabel 1.1 di atas terlihat, bahwa penjualan motor Yamaha menempati penjualan tertinggi, dengan pangsa pasar sebesar 55.20%, di susul oleh Yamaha yang menempati posisi kedua sebesar 37.80%. Di posisi ketiga ditempati oleh Suzuki dengan 5, serta Kawasaki dengan perolehan 1%. Dan yang terakhir ditempati oleh Lain-lain sebesar 0.20%.

Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sepeda motor, yaitu: kualitas produk, harga, dan layanan purna jual. Seperti yang dideskripsikan pada penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa, harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian dan konsumen mempertimbangkan harga dan kualitas produk. (Alfred, 2013), serta (Purwati dkk, 2012) yang menyatakan bahwa, kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor yang dipertimbangkan oleh penelitian terdahulu dalam mempengaruhi keputusan, dijadikan pertimbangan untuk menjadi objek penelitian pada penelitian ini. Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan survey untuk melihat karakteristik kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor.

Metode yang dilakukan pada pra survey ini, yaitu dengan cara menyebar kuesioner secara acak yang dilakukan pada tanggal 7 oktober 2014, yang berjumlah sebanyak 30 responden. Dari hasil pra survey diperoleh: sebanyak 27 responden (90%) memilih kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor, sebanyak 2 responden (6,66%) memilih harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor, dan sebanyak 1 responden (3,33%) memilih layanan purna jual mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor. Hasil survey yang dilakukan oleh peneliti memberikan gambaran bahwa, kualitas produk merupakan faktor yang *dominant* mempengaruhi keputusan pembelian produk sepeda motor.

Merek Yamaha sebagai perusahaan kendaraan roda dua yang telah lama berada dalam pangsa motor Indonesia, sangat perlu memilih strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk serta mempertahankan keberadaannya di pasar otomotif kendaraan roda dua, serta mampu meningkatkan kuantitas penjualannya di tengah persaingan yang kompetitif dengan Honda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diberi judul **‘PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA**

Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**MOTOR YAMAHA” (Survei Pada Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha
di Kampus UPI).**

Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA

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

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Tingkat pertumbuhan dunia usaha industri otomotif di Indonesia sangat kompetitif, sehingga perusahaan dituntut untuk terus berinovasi agar dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen yang juga terus berubah. Merek Yamaha sebagai distributor sepeda motor yang telah lama berada dalam pangsa sepeda motor Indonesia, seharusnya dapat terus meningkatkan jumlah penjualannya untuk mampu bersaing dengan kompetitornya, yaitu Honda. Turunnya penjualan sepeda motor Yamaha secara berturut-turut, dari tahun 2008 sampai tahun 2013 menjadi bukti nyata, bahwa Yamaha perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menjaga dan meningkatkan penjualannya. Pertumbuhan pasar kendaraan bermotor roda dua juga harus ditanggapi serius oleh Yamaha dalam meningkatkan kualitas produk.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tentang kualitas produk Sepeda Motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik kendaraan sepeda motor Yamaha di Kampus UPI?
2. Bagaimana gambaran tentang keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik kendaraan sepeda motor Yamaha di Kampus UPI?

Borriz Fernando, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di kampus UPI?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan kualitas produk serta keputusan pembelian. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran tentang kualitas produk Sepeda Motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus UPI.
2. Untuk mengetahui gambaran tentang keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus UPI.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha menurut tanggapan Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus UPI.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai pentingnya kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian bagi Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus

UPI, serta dapat meningkatkan pemahaman yang komprehensif mengenai teori-teori pemasaran dalam ilmu ekonomi secara *general*.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus UPI mengenai pengaruh kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini pula diharapkan dapat menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan penggunaan kualitas produk dan keputusan pembelian terhadap Pemilik Kendaraan Sepeda Motor Yamaha di Kampus UPI.