

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kendaraan bermotor di Indonesia khususnya kendaraan roda dua (sepeda motor) mengalami pertumbuhan yang positif, kendaraan roda dua merupakan kendaraan yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, dikarenakan harganya yang relatif lebih terjangkau oleh sebagian kalangan masyarakat, selain itu kelebihan lainnya adalah perawatannya yang lebih murah dibandingkan dengan kendaraan roda empat, sehingga permintaan sepeda motor lebih tinggi dibandingkan dengan permintaan kendaraan roda empat (mobil). Hal ini dapat dibuktikan pada tabel 1.1 dan gambar 1.1. Berikut ini adalah tabel mengenai penjualan sepeda motor di Indonesia yang akan disajikan pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Total Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2012-2015

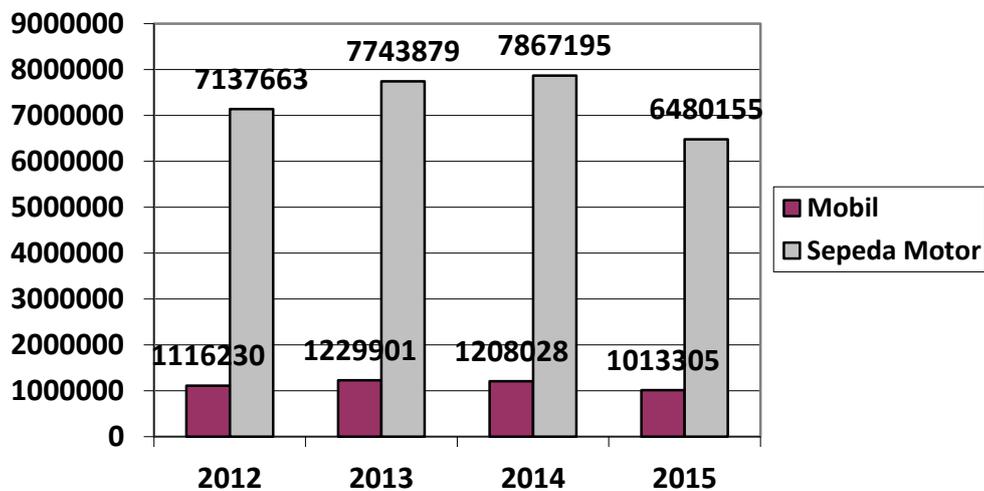
Tahun	Total Penjualan
2012	7.137.663 unit
2013	7.743.879 unit
2014	7.867.195 unit
2015	6.480.155 unit

Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) 2016

Pada tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan permintaan produksi sepeda motor di Indonesia dalam kurun waktu empat tahun terakhir yaitu sejak tahun 2012 hingga tahun 2014. Meskipun sempat mengalami penurunan permintaan produksi pada tahun 2014 ke tahun 2015, namun pada tahun 2012 hingga tahun 2014 mengalami peningkatan permintaan produksi yang positif.

Berikut ini merupakan grafik mengenai perbandingan penjualan sepeda motor dan mobil di Indonesia selama empat tahun terakhir yang disajikan pada gambar 1.1

Ahmad Afandi, 2016
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Honda Blade
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) dan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), 2016

Gambar 1.1

Penjualan Sepeda Motor dan Mobil di Indonesia Tahun 2012-2015

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa total penjualan sepeda motor dan mobil dari tahun ke tahun dalam kurun waktu empat tahun terakhir yaitu dari tahun 2012 hingga tahun 2015 menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan, dimana permintaan sepeda motor lebih tinggi dibandingkan dengan permintaan mobil. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri sepeda motor di Indonesia sangat potensial untuk para pelaku bisnis kendaraan bermotor.

Permintaan kendaraan bermotor roda dua dari tahun ke tahun yang sangat tinggi dibandingkan dengan permintaan kendaraan bermotor roda empat menjadi peluang bisnis bagi para distributor kendaraan bermotor khususnya roda dua atau pengusaha otomotif untuk dapat memperoleh keuntungan yang sangat besar, karena tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa kendaraan bermotor roda dua akan terus menjadi alternatif transportasi bagi masyarakat Indonesia dibandingkan kendaraan bermotor roda empat.

Untuk jenis sepeda motor sendiri terdapat tiga jenis sepeda motor yang beredar di pasaran yaitu tipe sepeda motor skutik / *matic*, bebek, dan *sport*. Tipe-tipe sepeda motor tersebut diproduksi oleh para produsen sepeda motor untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki aktifitas yang berbeda-beda serta untuk terus menarik konsumen agar menggunakan produk yang mereka ciptakan. Di Indonesia sendiri, saat ini sepeda motor jenis skutik lebih di gemari oleh masyarakat dibandingkan dengan sepeda motor jenis bebek dan *sport*. Seperti yang akan ditampilkan dalam tabel 1.2 mengenai penjualan sepeda motor di Indonesia berdasarkan jenisnya selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Berdasarkan Jenisnya Pada Tahun 2013-2015

Jenis	Total Penjualan		
	2013	2014	2015
Skutik	4.897.668 unit	5.324.992 unit	4.592.942 unit
Sport	1.101.626 unit	1.106.267 unit	759.541 unit
Bebek	1.771.720 unit	1.477.682 unit	813.414 unit

Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2016

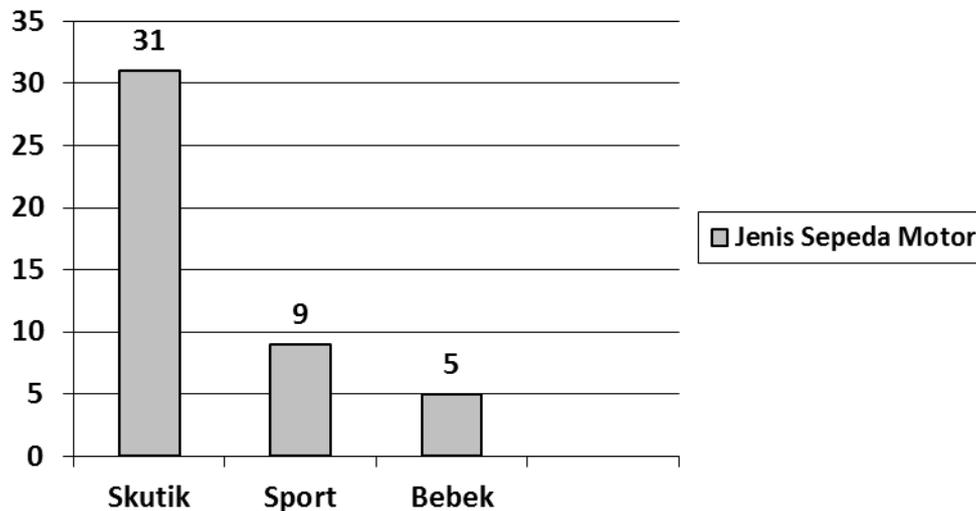
Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor jenis Skutik dan *Sport* mengalami kenaikan dan penurunan tiap tahunnya, yaitu pada tahun 2013 ke 2014 mengalami kenaikan, sedangkan pada tahun 2014 ke 2015 mengalami penurunan. Sementara sepeda motor jenis bebek mengalami penurunan dari tahun ke tahunnya yaitu pada tahun 2013 hingga tahun 2015. Dalam hal penjualan, sepeda motor jenis skutik masih lebih unggul dari jenis sepeda motor bebek ataupun *sport*. Bahkan angka penjualannya berbeda jauh hingga terpaut lebih dari tiga sampai empat juta unit. Berdasarkan hasil Penjualan Sepeda Motor di Indonesia berdasarkan Jenisnya yang tersaji pada tabel 1.2 mengindikasikan bahwa sepeda motor jenis bebek kurang diminati oleh konsumen, dilihat dari penurunan jumlah penjualan yang terjadi pada tiap tahunnya. Hal ini didukung dengan hasil prapenelitian penulis mengenai minat

Ahmad Afandi, 2016

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Honda Blade

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

beli konsumen sepeda motor berdasarkan jenisnya yang disajikan pada gambar 1.2.



Sumber : Data diolah dari Prapenelitian, 2016

Gambar 1.2 Grafik Survei Pra penelitian Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Berdasarkan jenisnya

Berdasarkan gambar 1.2 mengenai hasil survei pra penelitian menunjukkan bahwa sepeda motor jenis skutik paling tinggi diminati, sebanyak 31 responden, sedangkan sepeda motor jenis bebek yang paling rendah diminati dengan 5 responden. Pra penelitian ini dilakukan pada 45 responden yang merupakan Mahasiswa UPI Bandung pengguna sepeda motor. Dari hasil pra penelitian mengindikasikan bahwa minat beli pada sepeda motor jenis bebek masih rendah.

Dari Tabel 1.2 dan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa kendaraan jenis sepeda motor bebek di Indonesia sedang mengalami masalah minat beli konsumen yang dibuktikan dengan penurunan penjualan dari tahun ke tahun sejak tahun 2013 hingga tahun 2015 dan dari pra penelitian mengenai minat beli konsumen pada sepeda motor yang masih rendah dibandingkan dengan sepeda motor jenis skutik dan *sport*. Berikut data penjualan dari beberapa sepeda motor jenis bebek pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 yang akan ditampilkan pada tabel 1.3.

Ahmad Afandi, 2016

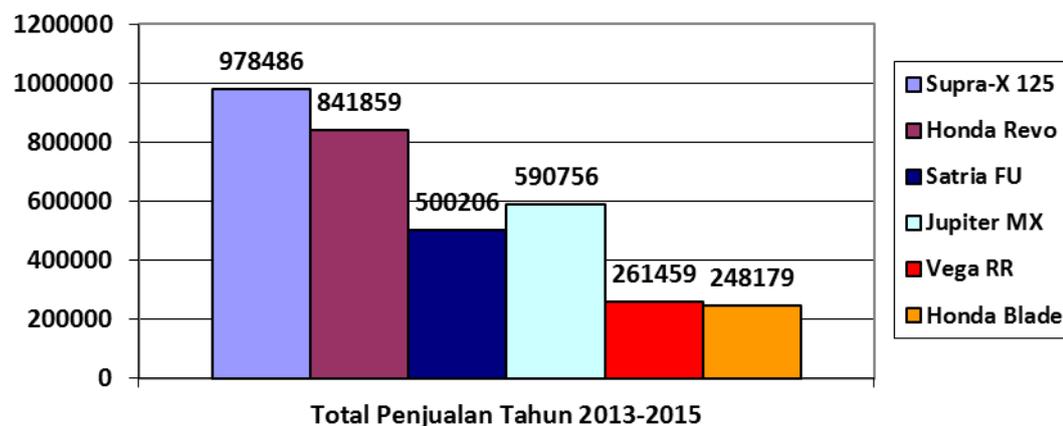
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Honda Blade
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.3 Data Penjualan Jenis Sepeda Motor Bebek Pada Tahun 2013 - 2015

Jenis Motor Bebek	2013	2014	2015	Total
SupraX 125	418.796 unit	368.159 unit	191.531 unit	978.486 unit
Honda Revo	338.761 unit	322.682 unit	180.416 unit	841.859 unit
Satria FU	258.051 unit	158.273 unit	83.882 unit	500.206 unit
Jupiter MX	244.852 unit	210.088 unit	135.816 unit	590.756 unit
Vega RR	77.712 unit	108.883 unit	74.864 unit	261.459 unit
Honda Blade	119.168 unit	96.086 unit	32.925 unit	248.179 unit

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

Selanjutnya, berikut ini merupakan grafik total penjualan sepeda motor jenis bebek pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 yang akan disajikan pada gambar 1.3

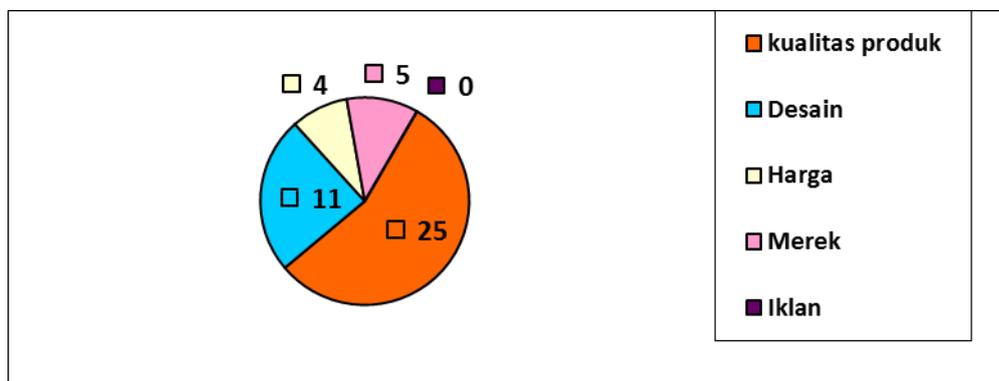


Sumber : Data diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), Otomotifnet dan Internet.

Gambar 1.3 Grafik Total Penjualan Jenis Sepeda Motor Bebek Pada Tahun 2013 – 2015

Pada tabel 1.3 dan gambar 1.3 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor jenis bebek pada kurun waktu tiga tahun terakhir yaitu pada tahun 2013 sampai tahun 2015 mengindikasikan bahwa jenis Honda Supra-X 125 mendapatkan jumlah penjualan tertinggi dengan total penjualan sebanyak 978.486 unit. Sedangkan penjualan paling rendah ada pada sepeda motor bebek jenis Honda Blade dengan total penjualan sebanyak 248.179. Dapat disimpulkan bahwa sepeda motor bebek jenis Honda Blade mengalami jumlah penjualan yang paling rendah dibandingkan sepeda motor jenis bebek lainnya. Hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh kurangnya minat beli konsumen terhadap sepeda motor Honda Blade. Seperti yang disebutkan oleh Kotler (2012, hlm. 168) minat beli konsumen merupakan 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. Masalah minat beli konsumen ini harus segera diatasi agar nantinya tidak berdampak buruk untuk perkembangan dan kemajuan sepeda motor bebek jenis Honda Blade untuk masa yang akan datang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Greg Joel dan James D.D Massie (2014) mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada suatu produk. Untuk mengetahui lebih jauh lagi mengenai apa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap sepeda motor Honda Blade, maka penulis melakukan pra penelitian kepada 45 responden yang merupakan bagian dari Mahasiswa UPI Bandung pemilik sepeda motor. Hasil dari pra penelitian yang telah dilakukan ini akan tersaji pada gambar 1.4.



Sumber : Data diolah dari Pra penelitian

Gambar 1.4

Survei Pra Penelitian Faktor Minat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor

Dari data hasil pra penelitian pada Gambar 1.4 didapatkan hasil bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas produk sebanyak 25 responden, hal tersebut dapat disebabkan karena konsumen akan menyukai dan memilih produk yang menawarkan kualitas yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Seperti yang telah disebutkan oleh Kotler dan Armstrong (2012, hlm. 283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya,

Kualitas produk yang baik akan memberikan kontribusi positif kepada para calon konsumen. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh Honda Blade untuk menangani masalah minat beli konsumen terhadap sepeda motor jenis bebek yang tiap tahun cenderung rendah. Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor, dikarenakan sepeda motor Honda Blade termasuk jenis kendaraan bermotor roda dua (sepeda motor), sehingga responden pasti lebih memperhatikan dan memahami tentang objek yang diteliti. Memilih mahasiswa UPI Bandung, karena sepeda motor Honda Blade segmen pasarnya semua kalangan masyarakat, yaitu pria atau wanita dan dari kalangan bawah sampai menengah keatas, selain itu juga karena penulis sendiri merupakan mahasiswa UPI Bandung.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul '**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BLADE**' (Survei Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Pengguna Sepeda Motor).

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Dari hasil uraian latar belakang diatas, diketahui bahwa Sepeda Motor Honda Blade pada tingkat penjualannya lebih rendah dari sepeda motor lainnya, yang menunjukkan minat beli konsumen terhadap produk rendah, kemungkinan besar terjadi dikarenakan kualitas produk pada Honda Blade belum begitu baik dari sepeda motor lainnya. Selain itu persaingan yang ketat dengan perusahaan sejenis memungkinkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli produk yang sejenis. Hal ini jelas akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana gambaran analisis Kualitas Produk Honda Blade menurut Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor?
2. Bagaimana gambaran Minat Beli Konsumen Honda Blade pada Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor?
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Blade menurut Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Analisis Kualitas Produk Honda Blade menurut Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor?

2. Minat Beli Konsumen Honda Blade pada Mahasiswa UPI Bandung Pemilik Sepeda Motor?
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Blade menurut Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Pemilik Sepeda Motor?

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang lebih mengenai ilmu manajemen pemasaran terutama tentang kualitas produk, serta Minat Beli konsumen.
2. Secara praktis, untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada perusahaan pelaku yakni Industri Sepeda Motor Honda Blade mengenai kualitas produk, dan juga memberikan gambaran tentang pengaruh kualitas produk terhadap Minat Beli konsumen sehingga diharapkan akan dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam perencanaan strategi pemasaran perusahaan.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi skripsi berisi rincian tentang urutan penulisan dari setiap bab dan bagian bab dalam skripsi, mulai dari bab I hingga bab V

Bab I berisi mengenai uraian pendahuluan dan merupakan bagian awal dari skripsi yang terdiri dari

1. Latar Belakang Penelitian
2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah
3. Tujuan Penelitian
4. Kegunaan Penelitian
5. Struktur Organisasi Skripsi

Bab II berisi uraian tentang kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Kajian pustaka berfungsi sebagai landasan teoritik dalam menyusun pertanyaan penelitian, tujuan, kerangka pemikiran, serta hipotesis, Bab II terdiri dari : pembahasan teori-teori dan konsep serta turunannya dalam bidang yang dikaji.

Bab III berisi penjabaran yang rinci mengenai metode penelitian yang terdiri dari :

1. Objek Penelitian
2. Metode dan Desain Penelitian
3. Operasional Variabel
4. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data
5. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel
6. Uji Instrumen Penelitian
7. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Bab IV berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari :

1. Pengolahan atau Analisis Data
2. Pemaparan Data Kuantitatif
3. Pembahasan Data Penelitian

Bab V berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.