

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumen mulai bersikap pintar, cermat, efisien dan efektif dalam memilih produk yang di inginkan. Dengan itu, produsen menciptakan berbagai produk yang bervariasi serta berbagai pilihan produk itu sendiri. Bahkan produsen akan menciptakan produk yang sebelumnya belum dibutuhkan konsumen. Inovasi-inovasi inilah yang menjadi dilema bagi konsumen di bojonegoro, apakah mereka akan mengambil keputusan berdasarkan keinginan atau kebutuhan. Maka, konsumen di bojonegoro akan melihat faktor-faktor apakah yang cocok bagi mereka, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang tepat dan bermanfaat bagi kehidupannya.

Honda merupakan salah satu perusahaan otomotif besar di Indonesia, beratnya persaingan industri ini membuat Honda senantiasa berusaha menjual produk yang berkualitas dan memiliki nilai lebih dibandingkan merk pesaing. Untuk lebih menarik konsumen, sepeda motor Honda vario 150CC memberikan potongan langsung kepada konsumen yang membeli sepeda motor Honda vario 150CC secara tunai atau lebih dikenal dengan cash back. Sepeda motor Honda vario juga menerima pembayaran secara berjangka dan konsumen berhak memilih jangka waktu pembayaran sesuai uang muka yang telah ditentukan.

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan atau alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain pilihan alternative harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan (Sciffman dan Kanuk, 2008). Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Amstrong, 2005 : 20). Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari di bojonegoro . Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen di bojonegoro yang lebih memilih menggunakan sepeda motor matic dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor matic dianggap lebih praktis, efektif, efisien dan lebih mudah menerjang kemacetan di jam berangkat kantor maupun pulang kantor karena dapat digunakan oleh semua kalangan baik pria maupun wanita. kehadiran Honda vario 150CC sebagai motor *matic* bergenre *sporty* modern saat ini tidak bisa dikatakan tanpa pesaing sebab rival terberatnya yakni Yamaha juga sudah mengeluarkan sepeda motor bergenre serupa dengan Honda vario 150cc yakni matic *Xmax* dilakukan Yamaha mengingat potensi permintaan jenis seperti *matic sporty* semakin hari semakin menjanjikan terutama untuk menyaingi popularitas Honda

vario 150CC di bojonegoro. fenomena keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merk sepeda motor tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi khususnya di bojonegoro, banyak pertimbangan konsumen bojonegoro sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk terutama persepsi harga, iklan dan kualitas produk tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro**”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengenal perilaku konsumen yang cermat akan menggunakan beberapa faktor lebih banyak untuk menanggapi suatu pilihan dalam suatu putusan, lalu akan mengambil suatu langkah konkret yaitu dengan membeli produk yang diinginkan. Maka, konsumen sedikitnya harus mengetahui jenis produk yang akan ia beli antara perbandingan dari merk dagang yang lain. Mulai dari perbandingan persepsi harga, kemasan, iklan bahkan merk pun menjadi pertimbangan.

Rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Apakah persepsi harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro?
2. Apakah persepsi harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro?
3. Manakah diantara variabel persepsi harga, kualitas produk dan promosi yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara

simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro

3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan di antara persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda vario 150CC di Bojonegoro

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen pemasaran kaitanya dengan keputusan pembelian konsumen.

1.4.2 Manfaat bagi peneliti

Sebagai wujud nyata dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah, melatih diri untuk menganalisis memecahkan dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.4.3 Manfaat bagi pengambil keputusan

Sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam penerapan harga, kualitas produk dan promosi untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor.