

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Tanpa adanya suatu penjualan maka perusahaan tersebut tidak akan mendapatkan keuntungan dan tidak dapat terus beroperasi. Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian (Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani 2012). Penjualan produk sangat terkait dengan faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi suatu keputusan pembelian oleh konsumen terhadap suatu produk.

Penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan suatu perusahaan yang melakukan transaksi jual & beli, dalam suatu perusahaan apabila semakin besar penjualan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut. Tujuan utama dari penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk-produk atau jasa yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik dan juga mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Menurut Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012) keputusan pembelian adalah : Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Konsumen mungkin mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang akan dibeli. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian adalah hasil akhir dari persepsi positif seorang konsumen terhadap suatu produk. Kualitas, harga maupun

pelayanan purna jual mungkin menjadi alasan dari keputusan pembelian tersebut disamping hal-hal lainnya. Proses keputusan konsumen

bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa depan (Hendri, Ma'ruf 2005).

Sepeda motor sebagai salah satu produk yang ditawarkan pada konsumen juga tidak lepas dari fenomena pentingnya penjualan. Kompetisi diantara sesama produsen mengharuskan produsen untuk memberikan kualitas pelayanan purna jual dan kualitas terhadap produk itu sendiri dan harga yang bersaing agar konsumen tetap memilih produk mereka. Saat ini industri otomotif sepeda motor mengalami peningkatan penjualan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan sepeda motor dengan berbagai merek. Dengan begitu perusahaan-perusahaan sepeda motor semakin bersaing untuk menjaga nama perusahaannya serta mempertahankan pangsa pasar yang sudah mereka kuasai selama ini. Berikut data penjualan sepeda motor di Indonesia.

Tabel 1.1

Data Penjualan Sepeda Motor

Tahun	Penjualan
2013	7,743,879
2014	7,867,195
2015	6,475,155
2016	5,931,585
2017	4,340,252

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia

Pelayanan purna jual merupakan pelayanan yang terkait dengan pelayanan yang didapatkan oleh konsumen setelah membeli suatu produk sampai pada batas yang telah diinformasikan sebelumnya oleh pihak produsen. Dalam kaitan industri otomotif sepeda motor,

pelayanan purna jual meliputi pelayanan service, penyediaan suku cadang dan penggantian barang yang rusak selama belum melebihi batas waktu yang ditentukan dan sesuai syarat serta ketentuan yang ditetapkan oleh pihak produsen.

Suzuki sebagai salah satu produsen otomotif sepeda motor sangat konsisten dalam penyediaan pelayanan purna jual. Pelayanan purna jual oleh Suzuki melalui agen-agen Suzuki telah mencapai total 206 agen. Berikut detail agen/mitra layanan purna jual Suzuki diseluruh Indonesia.

Tabel 1.2
Data Bengkel Mitra Suzuki

Tahun	Lokasi	Jumlah Mitra Bengkel
2017	Sumatera	43
2017	Jawa	156
2017	Bali	3
2017	NTB	2
2017	NTT	2

Sumber : <http://www.aisi.or.id/>

Dari tabel diatas terlihat jumlah mitra bengkel Suzuki tersebar cukup banyak dan luas. Sehingga dapat mempermudah konsumen dalam menikmati pelayanan purna jual yang diberikan oleh Suzuki. Dengan keberadaan layanan purna jual yang meliputi penyediaan bengkel service, konsumen Suzuki akan mendapatkan pelayanan untuk perbaikan dan perawatan berkala yang meliputi penggantian busi, oli mesin, oli transmisi, rem, serta pembersihan injektor/karburator. Selain itu juga dapat menemukan Suzuki Genuine Parts dan Suzuki Genuine Oil untuk kebutuhan suku cadang kendaraan Suzuki yang orisinal dan terpercaya. Diluar kedua hal tersebut, Suzuki juga memberikan layanan

purna jual seperti garansi penggantian produk atau suku cadang jika terjadi kegagalan produk akibat produksi.

Kualitas produk merupakan sesuatu yang juga penting dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012) kualitas produk adalah : Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi.

Suzuki sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka hasilkan. Sebelum produk diluncurkan di pangsa pasar, Suzuki melakukan proses tahapan pengujian sebagai berikut : Toe-in tester yaitu test terhadap kelurusan roda, Side Slip Tester yaitu untuk mengetahui apakah kelurusan roda sudah memenuhi batas yang diijinkan atau belum, Turning Radius Tester & Headlight Tester yaitu besarnya standar sudut belokan untuk masing-masing model, Brake Tester adalah tahap pengujian rem untuk roda depan dan rem untuk roda belakang, Under Body Inspection yaitu pengecekan terhadap baut-baut yang berada di bagian bawah kendaraan, Shower Test yaitu bagian test terakhir bagi kendaraan.

Konsumen pada akhirnya juga akan menilai tingkat harga yang ditawarkan oleh suatu produk. Menurut Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012) mengartikan bahwa harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Suzuki juga memperhatikan harga produk yang mereka produksi untuk ditawarkan kepada konsumen. Jika dibandingkan dengan produk pesaing, harga produk Suzuki sangat kompetitif dan terjangkau oleh konsumen. Berikut data perbandingan harga jual motor type sejenis :

Tabel 1.3

Produk	Type	Harga
Suzuki	Hayate 125 SC1	Rp16.315.000
Yamaha	Aerox 125 LC	Rp18.200.000
Honda	Vario 125Esp-CBS	Rp17.650.000

Perbandingan Harga Sepeda Motor Matic Kelas 125cc Tahun 2017

Sumber : <https://www.otomaniac.com>

Dari tabel diatas terlihat untuk type matic 125 cc, produk suzuki harga paling terendah dibandingkan dengan harga produk pesaingnya yaitu senilai Rp16.315.000, sedangkan kompetitor sejenis diatas harga itu.

Dari fenomena yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian produk suzuki dengan memfokuskan pada variabel layanan purna jual, kualitas produk dan harga. Penulis mengajukan judul penelitian “ANALISIS PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KENDARAAN SEPEDA MOTOR SUZUKI BERBAGAI TYPE”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kendaraan sepeda motor suzuki ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kendaraan sepeda motor suzuki ?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kendaraan sepeda motor suzuki ?
4. Apakah layanan purna jual, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kendaraan sepeda motor suzuki ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari layanan purna jual (secara parsial) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kendaraan sepeda motor Suzuki di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari kualitas produk (secara parsial) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kendaraan sepeda motor Suzuki di Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari harga (secara parsial) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kendaraan sepeda motor Suzuki di Surabaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari layanan purna jual, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kendaraan sepeda motor Suzuki di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Ilmu pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam penelitian yang terkait keputusan pembelian suatu produk.

- b. Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

2. Manfaat praktis

Dapat menjadikan dasar pertimbangan bagi suatu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau keputusan pembelian seorang konsumen.