

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dewasa ini menyebabkan bermunculan perusahaan – perusahaan baru, tidak terkecuali dengan dunia otomotif. Para produsen otomotif khususnya sepeda motor saling berlomba untuk berinovasi menciptakan produk baru dengan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terkini agar dapat bersaing di era globalisasi yang sangat ketat ini.

Kebutuhan akan alat transportasi yang bisa mendukung mobilitas masyarakat sangat diperlukan saat ini karena tingkat kemacetan yang kian hari kian bertambah. Untuk itu dibutuhkan alat transportasi yang bisa menembus kemacetan yaitu sepeda motor. Dengan sepeda motor maka masyarakat akan terhindar dari kemacetan dan juga mereka dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga.

Dari situasi tersebut perusahaan harus peka terhadap kebutuhan konsumen dan dijadikan sebagai peluang bisnis. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen. Jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan baik, mengembangkan produk yang berkualitas, menetapkan harga, serta

mempromosikan produk secara efektif, maka produk produknya akan laris di pasaran (David W Cravens,1996). Sehingga sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus selalu di curahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Dan pada akhirnya tujuan perusahaan tersebut yaitu memperoleh laba akan tercapai (Stanton,1996).

Begitu juga dengan Honda yang selalu mengeluarkan produk yang berkualitas dengan teknologi terkini sesuai dengan perkembangan jaman dan selera konsumen. Honda yang dikenal mempunyai mesin yang bandel di tahun ini mengeluarkan produk andalannya yaitu Honda CB 150 R dengan mesin berkapasitas 150 cc dan menggunakan teknologi injeksi terkini yang mampu mencampur antara bahan bakar dan udara secara proposional atau pas sehingga menjadikan CB150 R ini irit bahan bakar di kelasnya. Cb 150 R ini juga disebut sebagai pesaing dari motor pabrikan yamaha yaitu Yamaha V- ixion. Yamaha yang dikenal dengan body yang ramping dan lincah karena menggunakan rangka delta box yang ringan sehingga memudahkan akselerasi dalam berkendara. Untuk itu dalam menyaingi keunggulan produk yamaha V- ixion maka Honda berinovasi membuat CB 150 R ini agar memiliki berat yang ringan namun tidak menggunakan delta box seperti yang digunakan yamaha.

Harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih dan menentukan keputusan pembelian. Harga yang terjangkau tentu menjadi pilihan konsumen untuk itu dari segi harga Honda CB 150 R dibandrol sekitar 24 jutaan. Harga ini termasuk terjangkau dengan melihat kualitas

yang diberikan Honda CB 150 R. Para pecinta motor pabrikan Honda harga yang ditawarkan tidak terlalu menjadi masalah selama harga tersebut masih dalam batas kewajaran harga pasar. Mereka tidak akan merasa rugi membeli dengan harga tersebut karena mereka tahu bahwa harga jual kembali sepeda motor Honda yang tinggi dibandingkan dengan merek sepeda motor lainnya.

Selain kualitas produk dan harga iklan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan tahu bagaimana kualitas produk dan harga yang ditawarkan dengan melihat iklan dari produk tersebut. Iklan juga sebagai media untuk memperkenalkan produk yang baru dibuat dan diluncurkan di pasar dengan harapan agar konsumen tahu dan membeli produk yang diiklankan tersebut. Begitu juga dengan Honda CB 150 R yang diiklankan melalui media elektronik maupun cetak seperti televisi, Koran, dll.

Keputusan pembelian tidak hanya ditunjang dari kualitas produk, harga maupun iklan tapi juga perilaku konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda sebagaimana dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas disamping dipengaruhi oleh kondisi eksternal dan internal lainnya yang berakibat langsung terhadap perilaku konsumen. Faktor eksternal tersebut meliputi, kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Sedangkan faktor internalnya adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri (psikologis) yang meliputi : belajar, kepribadian, dan konsep diri, serta sikap. (Stanton,1996:155).

Sepeda motor honda CB 150 sepertinya menjadi suatu jawaban akan keinginan konsumen sepeda motor honda khususnya para pria yang menginginkan tunggangan yang cepat, lincah, ramah lingkungan, stylis, dengan kualitas yang bagus, harga yang terjangkau dan yang pasti irit bahan bakar karena honda CB 150 R menggunakan teknologi injeksi yang mampu mengatur campuran bahan bakar dan udara secara proposional sehingga irit bahan bakar.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin ,melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CB 150 R Di Kota Surabaya Timur.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan,maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur?
2. Apakah kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur?
3. Diantara kualitas produk, harga, dan iklan manakah faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150 R di Surabaya Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan kualitas produk, harga, dan iklan yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150R di Surabaya Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberi manfaat bagi:

1. Ilmu Pengetahuan

Untuk dapat diterapkan sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian yang serupa dilain kesempatan dan sebagai masukan bagi mahasiswa lainnya sebagai studi banding antara teori-teori yang didapat di bangku kuliah maupun buku-buku literature dengan kenyataan yang ada di lapangan atau dunia nyata.

2. Masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam pengambilan keputusan membeli sepeda motor Honda CB 150R.

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

4. Peneliti

Berguna untuk menambah pengetahuan dan sebagai wujud nyata dalam mengaplikasikan teori yang selama ini diterima di bangku kuliah dengan praktek yang ada di lapangan. Melatih peneliti untuk menganalisis memecahkan masalah dan dapat digunakan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya.