

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai fenomena yang menjadi suatu dasar penelitian dan alasan pemilihan judul. Bab ini juga akan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Persaingan dunia bisnis sekarang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut dapat semakin kreatif dan inovatif dalam mencari perhatian konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang tepat supaya konsumen bersedia memilih produknya. Salah satu hal yang penting yaitu perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk mereka.

Meningkatnya mobilitas masyarakat saat ini dengan tidak didukung representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan/kebutuhan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini

mengalami pertumbuhan yang pesat. (Amir, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), diakses tanggal 1 September 2015).

Pertumbuhan industri sepeda motor dikarenakan sepeda motor merupakan kendaraan yang terjangkau oleh masyarakat di semua kalangan. Selain harganya yang terjangkau, kelebihan dari sepeda motor adalah perawatannya yang murah dibandingkan dengan mobil, sehingga permintaannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Kelebihan tersebut dijadikan kesempatan yang baik bagi perusahaan-perusahaan sepeda motor untuk meraih peluang bisnis yang besar dalam pasar sepeda motor.

Terdapat beberapa perusahaan sepeda motor yang dapat merebut perhatian masyarakat Indonesia antara lain sepeda motor Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki dan lainnya. Honda, Yamaha, dan Suzuki adalah pemain utama sebagai produsen sepeda motor di Indonesia. Ditinjau dari segi volume penjualan dari setiap tahunnya Honda lebih unggul dibandingkan sepeda motor lainnya, namun demikian penjualan sepeda motor Yamaha dalam kategori Mio justru lebih diminati dibandingkan sepeda motor lainnya. Berikut ini, ditampilkan data penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2010 sampai 2014 dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2010-2014**  
(dalam ribuan unit)

<b>Keterangan</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Honda	3.416	4.275	4.092	4.696	5.051
Yamaha	3.326	3.146	2.433	2.492	2.371
Suzuki	522	494	461	393	275
Kawasaki	83	96	131	151	165
Lainnya	20	16	18	8	9

Sumber : [www.triatmono.info](http://www.triatmono.info), diakses tanggal 18 Juli 2015

Berdasarkan tabel 1.1, merek Honda memimpin persaingan dibandingkan kompetitor-kompetitor lainnya. Pada akhir tahun 2010, produk Yamaha mulai menyusul Honda. Hal ini diakibatkan penjualan produk Yamaha yang mengalami peningkatan, namun tahun 2011 sampai 2014 Yamaha mengalami rata-rata penurunan penjualan. Selisih penjualan yang sangat tipis antara Yamaha dan Honda dikarenakan besarnya kontribusi penjualan motor Yamaha tipe *automatic* yakni Mio. Membandingkan dengan produk kompetitor dalam bidang motor *automatic*, Yamaha berhasil meraih rata-rata penjualan tertinggi dalam bidang *automatic* setiap tahunnya

**Tabel 1.2**

**Data Jumlah Unit Penjualan Motor *Automatic* Tahun 2009-2013  
(dalam ribuan unit)**

<b>Merek/Tahun</b>	<b>Honda</b>	<b>Yamaha</b>	<b>Suzuki</b>	<b>Other</b>	<b>Total</b>
2009	602	897	116		1.616
2010	896	1.174	198		2.269
2011	1.551	1.571	283		3.406
2012	3.282	2.836	124		6.243
2013	3.880	2.931	71	3,430	6.887

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tahun 2009-2013

Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.2, Yamaha selalu memimpin dari segi penjualan dibandingkan dengan para kompetitornya pada tahun 2009-2011, tetapi pada tahun 2012-2013 penjualan Yamaha tersaingi oleh Honda bahkan bisa dilihat perbedaan penjualan pada tahun tersebut sangat signifikan perkembangan penjualan dari Honda. Hal inilah yang membuat Yamaha terus mengembangkan strategi pemasarannya dengan mengeluarkan

delapan produk terbaru pada tahun 2015 dengan produk *automatic* terbarunya yaitu Yamaha New Mio 125 M3.

PT Yamaha Motor Kencana Indonesia yang merupakan salah satu anak perusahaan dari Yamaha Indonesia Group (YIG) inilah yang membuat sepeda motor Yamaha Mio ini mengalami lonjakan yang signifikan pada tahun 2003 saat sepeda motor ini pertama kali diperkenalkan. Yamaha Mio adalah salah satu produk yang paling diminati konsumen. Awalnya Mio diciptakan untuk kaum hawa. Tetapi berkat teknologi *matic*, *handling* dan akselerasi yang luar biasa membuat banyak lelaki yang juga jatuh cinta pada motor ini. Yamaha Mio pun dikenal oleh sebagian besar *motobikers* dan modifikator, sebagai motor yang paling mudah untuk dimodifikasi.

Ketertarikan para konsumen terhadap kualitas produk, desain produk, dan fitur produk Mio inilah menjadikan peluang bagi para industri sepeda motor untuk menawarkan produk Mio unggulannya. Para industri sepeda motor berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang lebih unggul dan sekaligus untuk mempertahankan trend penjualan mereka. Hal ini juga diikuti oleh sepeda motor Yamaha, dalam mempertahankan pangsa pasar yang tertarik pada sepeda motor Mio. Maka Yamaha pada tahun 2015 ini menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukannya dalam upaya meningkatkan penjualan. Yamaha pada tahun 2015 melakukan terobosan terbaru dengan mengeluarkan delapan produk terbarunya yaitu Yamaha New Mio 125 M3, Yamaha Fino FI, Yamaha R1 (YZF-R1), Yamaha R6, Yamaha

YZF R25, Yamaha YZF R15, Yamaha TMAX, Yamaha GT 125 Garuda (*Special Edition*) ([www.otomotifhot.com](http://www.otomotifhot.com), diakses tanggal 20 Juli 2015).

Kedelapan produk baru sepeda motor Yamaha tahun 2015 ini dilengkapi dengan kualitas produk, desain produk dan fitur produk yang berbeda di setiap produknya. Adapun peluncuran produk baru ini berguna untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Yamaha. Khususnya sepeda motor Mio, Yamaha meluncurkan produk ini selain untuk meningkatkan penjualan sepeda motor namun juga mempertahankan pangsa pasar sepeda motor Mio yang sangat diminati. Yamaha memperkenalkan sepeda motor Yamaha *New Mio M3 125* di Bandung dan Tangerang pada Sabtu, 20 Desember 2014 yang dilengkapi dengan keunggulan teknologi *blue core* pada Mio M3 sehingga membuat motor ini lebih efisien, bertenaga, dan handal, serta lebih irit 50% dibandingkan model generasi awal yang bermesin karburator, namun tenaga dan torsi nya lebih besar. Efisien dengan peningkatan proses pembakaran, bertenaga karena minim gaya gesek dan pendingin optimal, dan handal berkat *DiAsil Cylinder* dan *Forged Piston* yang sudah terbukti, serta memiliki *speedometer* yang dilengkapi *Eco Indicator* yang berfungsi memberitahu pengendara ketika melaju pada kondisi performa mesin paling optimal, sehingga bahan bakar dapat dihemat hingga 60% ([www.yamaha-motor.co.id](http://www.yamaha-motor.co.id), diakses tanggal 1 September 2015).

Produk terbaru Yamaha dalam kategori sepeda motor *matic* yaitu Yamaha *New Mio 125*. Berdasarkan tabel 1.3 Yamaha *New Mio 125* berada diperingkat pertama penjualan tertinggi selama periode Januari sampai

September 2015. Berikut data penjualan produk sepeda motor kategori *matic* ditunjukkan pada tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Produk Sepeda Motor Kategori *Matic* Tertinggi**  
**Januari – September 2015 (dalam ribuan unit)**

No	Produk	Penjualan (Unit)
1	Yamaha New Mio 125	484
2	Honda Beat FI CW	397
3	Honda Vario 125	375
4	Honda Beat FI SW	357
5	Honda Vario CW FI	263

Sumber : [www.yamaha.com](http://www.yamaha.com), diakses tanggal 15 Agustus 2015

Adapun data *top brand award* kategori sepeda motor *matic* 2015 ditunjukkan pada tabel 1.4.

**Tabel 1.4**  
***Top Brand Award* Kategori Sepeda Motor *Matic* 2015**

Merek	Kategori	TBI (%)
Yamaha Mio	Sepeda motor <i>matic</i>	36.6
Honda Beat	Sepeda motor <i>matic</i>	28.9
Honda Vario	Sepeda motor <i>matic</i>	15.6
Honda Vario Techno	Sepeda motor <i>matic</i>	4.6
Honda Scoopy	Sepeda motor <i>matic</i>	3.8

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), diakses tanggal 18 Juli 2015

Tabel 1.4 memperlihatkan dari segi merek Yamaha tidak kalah bila dibandingkan dengan merek Honda, Kawasaki, ataupun Suzuki. Hal ini membuktikan Yamaha merupakan kompetitor yang harus diwaspadai oleh Honda, Kawasaki, ataupun Suzuki. Dalam kategori *matic*, merek Yamaha terbukti lebih unggul daripada Honda, Kawasaki, ataupun Suzuki.

Berdasarkan segi penjualan sepeda motor kategori *matic* periode Januari sampai September 2015, penjualan sepeda motor yang diraih Yamaha

terbilang lebih tinggi daripada Honda, dan dari *top brand award* sepeda motor Mio Yamaha pun lebih unggul daripada sepeda motor merek lainnya seperti Honda, Kawasaki, ataupun Suzuki. Hal ini dikarenakan konsumen yang tertarik pada produk motor Mio dari segi kualitas produk, desain produk dan fitur produk Mio, baik untuk kaum perempuan ataupun pria, diikuti dengan tanggapnya perusahaan sepeda motor PT Yamaha Motor Kencana Indonesia yang lebih gencar mempromosikan produk baru unggulannya di kategori sepeda motor Mio. Iklan yang dipromosikan oleh PT Yamaha Motor Kencana Indonesia memperlihatkan dari kedelapan produk barunya, PT Yamaha Motor Kencana Indonesia lebih mempromosikan produk barunya yaitu Yamaha New Mio 125 M3 pada media iklan pertelevisian dibandingkan produk baru lainnya. Oleh karena itu, peluncuran produk baru oleh PT Yamaha Motor Kencana Indonesia yang salah satunya adalah produk sepeda motor Mio yaitu Yamaha New Mio 125 M3 dengan kualitas produk, desain produk, dan fitur produk yang lebih unggul dan menarik inilah yang menjadi objek penelitian ini.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan produk Yamaha yaitu Yamaha New Mio 125 M3. Berdasarkan data diatas terlihat apabila Yamaha unggul dari segi sepeda motor *matic* yang terlihat dengan *top brand award* dan penjualan tertinggi. Peneliti ingin melihat keterkaitan penjualan tertinggi dan *top brand award* terbaik ini dengan proses keputusan pembelian konsumen dari segi kualitas produk, desain produk dan fitur produk. Berikut

peneliti memberikan penjelasan mengenai spesifikasi sepeda motor Yamaha New Mio 125 M3 pada tabel 1.5.

**Tabel 1.5**

**Penjelasan Sepeda Motor Yamaha New Mio 125 M3**

No	Keterangan	Penjelasan
1.	Kualitas	<p>a. Efisien Mengoptimalkan efisiensi bahan bakar dengan proses pembakaran sempurna.</p> <p>b. Bertenaga Teknologi yang mampu mengurangi gesekan dan menstabilkan suhu sehingga akselerasi semakin cepat dengan tenaga 9.52 PS dan torque 9.6 Nm.</p> <p>c. Handal Teknologi balap dengan <i>DiAsil cylinder</i> dan <i>forged piston</i> yang kuat, awet, dan ringan bergaransi 5 tahun.</p>
2.	Desain	<p>a. “M” <i>Style Handle Bar</i> Desain pegangan tangan yang unik menjadi ciri khas mio ini.</p> <p>b. “M” <i>Style Head Lamp</i> Desain lampu depan yang modern.</p> <p>c. <i>Smokey Tail Lamp</i> Desain lampu belakang yang <i>sporty</i> dengan aksen <i>smoke</i> dan berkarakter “M” <i>style</i>.</p>
3.	Fitur	<p>a. <i>Eco Lamp Indicator</i> Motor pertama dengan indikator ECO yang memudahkan konsumen untuk berkendara dengan hemat.</p>



---

b. *Comfort Seat*

Berkendara lebih nyaman dengan jok lebar dan empuk.

c. *Multifunction Big Luggage*

Bagasi yang luas, lega, dan praktis.

d. *Smart Side Stand Switch*

Lampu indikator akan menyala saat standar samping diturunkan dan mesin akan berhenti secara otomatis.

e. *Multifunction Key*

Mempermudah konsumen dengan fungsi ganda, dimana kunci kontak, bagasi, dan tangki bensin terintegrasi.

---

Sumber : [www.yamaha.com](http://www.yamaha.com), diakses tanggal 25 Agustus 2015

Menurut Basrah dan Ramadhan (2013) kualitas produk, desain produk, dan fitur produk bagi usaha pemasaran adalah cara untuk dapat memenangkan persaingan di pasaran karena kualitas produk, desain produk, dan fitur produk yang sesuai dengan harapan konsumen akan sangat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.

Penelitian terdahulu Nuha (2015) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Munawir Furniture di Jepara” menunjukkan terdapatnya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, fitur terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan desain terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Barita (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Staf

Wahana Visi Indonesia Jakarta” menunjukkan variabel kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, variabel fitur produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagaskara (2014) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Semarang.” menunjukkan terdapatnya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, fitur terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan desain terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Oleh karena itu peneliti ingin melihat sejauhmana kualitas produk, desain produk, dan fitur produk akan mempengaruhi proses keputusan pembelian terhadap sepeda motor Yamaha New Mio 125 M3. Adapun judul penelitian ini yaitu: “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Fitur Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha New Mio 125 di Palembang.”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang?

2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini menganalisis:

1. Pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang.
2. Pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang.
3. Pengaruh yang signifikan antara fitur produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, desain

produk, dan fitur produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Yamaha New Mio 125 di Palembang.

## 2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan masukan-masukan kepada perusahaan dalam hal mengembangkan bisnisnya dari segi kualitas produk, desain produk, dan fitur produk.

## 3. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian yang sejenis serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti lain.

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti akan menguraikan hal-hal yang bersangkutan dalam penelitian ini menjadi lima bab, yaitu;

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab yang menjelaskan latar belakang, masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang teori-teori dari berbagai sumber mengenai teori pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, bauran pemasaran, produk, kualitas produk, desain produk, fitur produk, proses keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan metode serta variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam bab ini akan dikemukakan tentang variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas mengenai pengolahan data dan pembahasan atas masalah yang telah dirumuskan serta hasil yang diperoleh selama melakukan penelitian. Penjelasan mengenai pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas), pengujian regresi linier berganda, uji t, uji f statistik, dan uji koefisien determinasi.

### **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan menjadi bab yang terakhir dalam penelitian dimana peneliti akan mengambil suatu simpulan secara keseluruhan serta saran untuk penelitian selanjutnya.