

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan tumbuhnya perusahaan-perusahaan di Indonesia baik dibidang produk jasa maupun produk barang, perubahan lingkungan akan terjadi secara terus-menerus, yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi aspek pemasaran perusahaan. Saat ini banyak sekali bermunculan *brand* sepeda motor dengan berbagai model, desain, yang memberikan kualitas bagus serta harga yang cukup terjangkau untuk masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan.

Mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat, manusia dituntut secara cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler (2009: 122), dalam meningkatkan persaingan, masing-masing perusahaan harus dapat menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Priansa (2017:61) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, ide, pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya, dan dampaknya bagi masyarakat dan konsumen itu sendiri. Sedangkan Kotler dan Amstrong (2012: 61) mengatakan

keputusan pembelian mengacu kepada keputusan pembelian individu konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar. Untuk bisa mencapai hal tersebut, perusahaan sebaiknya mempunyai kinerja pemasaran yang jelas. Kinerja pemasaran adalah suatu tujuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, meningkatkan pangsa pasar serta yang didapat dari volume penjualan diperoleh dari kepuasan konsumen (Kotler & Keller 2009:9). Konsumen akan merasa puas apabila produk yang ia dapat memiliki kualitas yang baik. Kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kotler (2009: 54) mengatakan: “Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan”. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:282) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya”. Sedangkan menurut Tjiptono (2011) untuk menentukan kualitas produk, dapat dimasukkan ke dalam 8 (delapan) dimensi, yaitu :1.) *Performance*, 2.) *Feature*, 3.)*Reliability*, 4.)*Conformance*, 5.)*Durability*, 6.) *Service Ability*, 7.) *Aesthetich*, 8.) *Perceived quality*.

Selain kualitas produk yang membuat konsumen tertarik, harga juga merupakan faktor lainnya, menurut Suryani (2008: 95). Menurut Kotler dan Keller (2009:194) “harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, atau

jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Untuk menetapkan suatu harga tidaklah mudah jika perusahaan menetapkan harga terlalu mahal maka konsumen tidak akan membeli, jika perusahaan menetapkan harga terlalu murah maka konsumen akan tertarik untuk membeli tetapi perusahaan akan mengalami kerugian.

Menurut Situmorang (2011: 162) kenaikan harga dapat memberikan kenaikan kontribusi margin per unit dan sebaliknya penurunan harga dapat mengakibatkan penurunan kontribusi margin per unit. Jika kenaikan harga dapat menyebabkan total pendapatan meningkat, maka hal ini menguntungkan bagi perusahaan tetapi jika penurunan harga dilakukan hanya karena terjadinya perang harga yang sangat emosional, hal ini dapat merugikan perusahaan. Persaingan dalam dunia otomotif seiring dengan perkembangan zaman, saling meng-*upgrade* kecanggihan dari setiap produk yang dikeluarkan, perusahaan yang berada dalam bidang otomotif saat ini ada Yamaha, Honda, kawasaki dll. Pada penelitian kali ini peneliti meneliti salah satu perusahaan otomotif yakni Yamaha Indonesia yang bertepatan pada produk Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik, sebab penjualan produk nya mengalami penurunan. Gambar 1.1

Banyaknya perusahaan yang berfokus pada otomotif tidak membuat produk Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik mundur dalam meningkatkan target penjualan. Keunggulan pada produk Yamaha Vixion disertai dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih serta banyaknya produk yang bervariasi membuat

konsumen dimanjakan dengan banyaknya berbagai macam pilihan. Saat ini pengguna sepeda motor *sport* khususnya produk Yamaha Vixion mayoritas dikalangan anak muda dengan mempertimbangkan kecepatan laju motor serta desain yang menarik (Indra *Manager Marketing* produk Yamaha, 12 Februari 2018).

Peneliti mengutip pernyataan dari salah satu media nasional antara produk Yamaha Vixion dengan produk Honda CB150R. Soal mesin, keduanya pakai teknologi berbeda. Honda percaya DOHC lebih memberikan tenaga ekstra, namun soal tarikan awal, SOHC biasanya lebih cepat. Dari data spesifikasi bisa dibandingkan, tenaga yang dihasilkan CB150R lebih besar ketimbang V-Ixion. Namun *torsi* (kecepatan) yang didapat sebaliknya, V-Ixion lebih unggul (kompas.com, 2015). Kecepatan atau *torsi* yang dimiliki oleh Yamaha Vixion membuat peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang kualitas produk yang dimilikinya.

“Harapan dari kita dengan adanya produk Yamaha Vixion kitadapat menjual kepada konsumen sehingga mendapatkan keuntungan dari produk tersebut, tentunya produk yang kita tawarkan pada konsumen harus mempunyai kualitas yang bagus dan bisa bersaing di pasaran, sehingga produk kita mempunyai daya jual dengan kualitas yang baik (Indra *Manager Marketing* produk Yamaha, 12 Februari 2018)”.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak serta-merta langsung melakukan proses pembelian tetapi juga menyesuaikan dana yang dimiliki oleh konsumen tersebut, sehingga apabila kita berbicara yang kaitanya dengan dana

maka jelas hal ini berhubungan dengan harga yang mampu dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk sepeda motor.

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Yamaha Vixion dan CB150R

Jenis	Harga		
Yamaha	<i>All New Vixion</i> Rp. 26.000.000	<i>All New Vixion Movistar</i> Rp. 26.700.000	<i>All New Vixion R</i> Rp. 28.800.000
Honda	CB150R <i>Standart</i> Rp. 25.975.000	CB150R <i>Special EditionMerah</i> Rp. 27.075.000	CB150R <i>Special EditionHitam</i> Rp. 27.075.000

Sumber : Otorider.com dan Autos.id (2018)

Data di atas menjelaskan bahwa persaingan harga sangat ketat dan setiap produk memiliki jenis dan harga yang bervariasi, pada saat ini harga tertinggi masih pada produk Yamaha Vixion dengan berbagai kategori yang sudah tertera di atas, dan hanya satu produk Honda CB150R *Special Edition* Merah yang harganya Rp. 27.075.000 lebih tinggi di bandingkan *All New Vixion Movistar* Rp. 26.700.000. Melihat harga Yamaha Vixion lebih mahal, peneliti ingin mengetahui seberapa besar kualitas produk yang diberikan pada konsumen dengan biaya yang dikeluarkannya.

Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Sebagai ujung tombak bagi suatu perusahaan untuk tetap dapat bertahan hidup dan harus para pemasar mempunyai strategi khusus dalam memasarkan produknya. Pemasaran pada dasarnya bertujuan membangun *image* produk di benak konsumen.

Konsumen memandang *brand* sebagai bagian penting dari suatu produk dan *image* produk sangat penting untuk melakukan pemilihan dan keputusan pembelian. Produk dari suatu perusahaan dikenal dengan mencantumkan *brand* atau identitas yang mudah diingat dan mempunyai nilai tinggi. Penamaan sebuah produk dalam bentuk *brand* menjadi faktor pendukung kelancaran dalam proses pemasaran.

Tahun 2017 lalu vixion mendapatkan tanggapan yang sangat positif yang membuat *brand image* nya naik sebagaimana yang dikutip dari media informasi (kompas.com) “Terima kasih atas kepercayaan konsumen terhadap Yamaha V-Ixion, hingga kami berhasil meraih penghargaan Indonesia Best Brand Award 2017, ini jadi kado ulang tahun ke-10 untuk V-ixion. Hadirnya V-ixion telah menciptakan standar baru dalam industri sepeda motor di Indonesia sejak awal kemunculannya pada 2007,” ucap Radityo Andi Dharma, Manager Premium *Brand Division* YIMM, dalam siaran resminya, Jumat (6/10/2017 Kompas.com).

Penghargaan yang didapatkan Yamaha Vixion tahun 2017 kemarin membuat produk Honda CB150R berada pada peringkat bawah, sebab tahun 2016 Honda CB150R yang meraih penghargaan di ajang otomotif. Sebagaimana yang termuat di media informasi (TribunNews.com) “ *All New Honda CB150R Street Fire* juga meraih penghargaan sebagai *Best Sport Naked 150 cc* yang digelar di klub kelapa gading, jakarta (28/4/2016 TribunNews.com). Dari media informasi dapat disimpulkan bahwa *brand* Yamaha Vixion naik ditahun 2017, akan tetapi pada tahun 2018 penjualannya menurun, gambar 1.1.

Sikap serta tindakan konsumen terhadap sesuatu sangat ditentukan oleh *brand image*, misalnya dalam hal pembelian. Beberapa hal konsumen lebih mempertimbangkan *brand* dari pada produk pada saat melakukan pembelian. Hal ini disebabkan karena *brand* tersebut telah memiliki persepsi yang baik dibenak konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amrullah (2016) bahwa dalam beberapa hal konsumen lebih mempertimbangkan *brand* dari pada produk pada saat melakukan pembelian.

Vixion merupakan sepeda motor sport yang *naked* (keindahan) dengan tampilannya membuat konsumen gemar akan setiap produk yang di keluarkan oleh PT Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM). Produk Vixion pertama kali keluar pada tahun 2007, sampai sat ini (2018) produk vixion dengan perjalananya sudah mengeluarkan 5 generasi.

Yamaha Vixion generasi pertama sudah bisa bersaing di pasaran dengan mengangkat sistem pengabut bahan bakar injeksi, dengan mesin yang dikembangkan dari Yamaha Jupiter MX, yakni SOHC, 4 klep, dengan kapasitas kecepatan 149,8 cc. Tidak hanya pada sistem injeksi yang di tawarkan melainkan bentuk klasiknya yang ditandai dengan *headlamp* bundar dan sasis delta box yang dipakai. Yamaha Vixion mampu menembus pangsa pasar di Malaysia dengan memakai label FZ150i.

Generasi kedua Yamaha Vixion mengalami perubahan pada tahun 2010 *headlamp* yang awalnya bundar menjadi tampilan yang meruncing. Untuk spesifikasi mesing yang dibawa oleh Vixion tahun 2010 sama seperti produk Vixion

yang pertama kali dikeluarkan, sehingga tidak ada perubahan pada spesifikasi mesin.

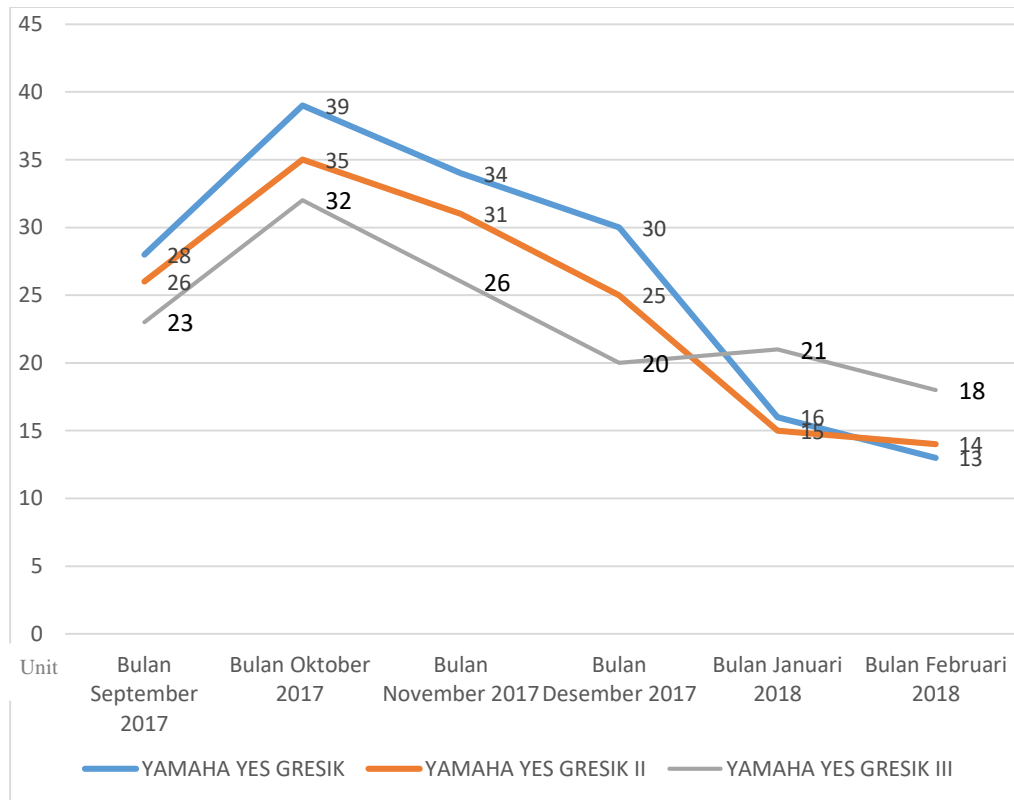
Generasi ketiga mengalami perubahan pada tahun 2012 dengan mode *lighting*, pada tahun ini banyak mengalami perubahan mulai dari desain maupun mesin. Perubahan yang terjadi mulai dari *headlamp*, panel indikator analog kombinasi digital, kaki-kaki lebih besar (arem, velg dan ban), posisi rumah kunci, tangki mesin, hingga pada body belakang yang serba tajam. Sedangkan pada mesin berubah menjadi 1PA, yang bisa menghasilkan power lebih besar dan bertenaga.

Generasi keempat mengalami perubahan pada tahun 2015 Yamaha Vixion mengeluarkan produk lagi dengan serba runcing mulai dari *headlamp* sampai dengan sepatbor belakang sehingga kelihatan lebih pendek dan lebih kekar. Pada mesin juga mengalami perubahan sistem mesin menjadi 2PV, dengan begitu daya tarik yang dihasilkan juga lebih besar dari pada 1PA.

Generasi kelima mengalami perubahan pada tahun 2017 dengan mengusung konsep *new sporty style* yang menghilangkan kesan agresif. Sedangkan pada segi *fitur* yang terbaru sudah dibekali dengan spidometer full digital, lampu LED, dan sepatbor belakang model gantung. Pada generasi ini Vixion R kelihatan lebih kekar sebab beberapa onderdil milik Yamaha R15 digunakan oleh Vixion R mulai dari velg, ban serta postep racing di pakainya. Dari segi mesin Vixion R lebih cepat dikarenakan menggunakan percepatan 6 langkah atau *speed 6*.

Melihat banyaknya generasi yang dikeluarkan oleh perusahaan Yamaha menunjukkan bahwa permintaan konsumen sering berubah-ubah, oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti melakukan survei pada dealer Yamaha yang berada di

Gresik, sebab penduduk yang ada di Gresik mayoritas laki-laki dengan jumlah 655,460 jiwa sedangkan perempuan hanya 648,313 jiwa. Data yang didapat oleh peneliti wilyah Gresik khususnya dealer motor Yamaha Yes Gresik Untuk produk Vixion rata-rata mengalami penurunan, sebagian data yang peneliti sajikan.



Sumber: PT. Surya Timur Sakti Jatim (2018)

Gambar 1.1
Penjualan Motor Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik

Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Surya Timur Sakti Jatim (September – Februari tahun 2018) penjualan sepeda motor Yamaha Vixion di dealer Yamaha Yes Gresik pada beberapa bulan tertentu mengalami penurunan. Masalah ini terjadi pada salah satu dealer yang berada di Gresik yakni Yamaha Yes Gresik III dimana penjualan pada bulan September mencapai 23, pada bulan

Oktober mengalami peningkatan menjadi 32, pada bulan November mengalami penurunan menjadi 26, pada bulan Desember juga mengalami penurunan menjadi 20 unit, pada bulan Januari mengalami peningkatan sedikit menjadi 21 unit, dan pada bulan Februari mengalami penurunan kembali menjadi 18 unit.

Sedangkan pada Yamaha Yes Gresik II dimana penjualan pada bulan September mencapai 26 unit, pada bulan Oktober mengalami peningkatan menjadi 35 unit, pada bulan November mengalami penurunan menjadi 31, pada bulan Desember mengalami penurunan menjadi 25 unit, pada bulan Januari mengalami penurunan menjadi 15 unit, dan pada bulan Februari juga mengalami penurunan kembali menjadi 14 unit.

Sedangkan pada Yamaha Yes Gresik I dimana penjualan pada bulan September mencapai 28 unit, pada bulan Oktober mengalami peningkatan menjadi 39 unit, pada bulan November mengalami penurunan menjadi 34 unit, pada bulan Desember mengalami penurunan menjadi 30 unit, pada bulan Januari mengalami penurunan menjadi 16 unit, dan pada bulan Februari juga mengalami penurunan kembali menjadi 13 unit.

Melihat data diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan sepeda motor Vixion di dealer Yamaha Yes Gresik I, II dan III rata-rata mengalami penurunanan mulai bulan November sampai dengan bulan Februari. Hal ini menjadi masalah bagi perusahaan untuk memperhatikan strategi pemasaran sehingga penurunan penjualan secara terus menerus tidak terulang kembali untuk bulan-bulan berikutnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul untuk penelitian ini adalah **“Pengaruh harga, kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Yamaha vixion di Yamaha Yes Gresik”**. Penelitian dibatasi pada lingkungan regional wilayah Gresik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik?
3. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah ditemukan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan Yamaha Motor Indonesia. sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan dalam memproduksi sepeda motor.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori dari bangku kuliah dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, *brand image* terhadap keputusan pembelian Yamaha Vixion.