



BAB I

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin kuat. Timbulnya persaingan tersebut menyebabkan kalangan dunia usaha saling bersaing untuk menghadapi serta mencari cara untuk mengatasi persaingan. Untuk itu perusahaan perlu menjaga agar penjualan tetap dapat meningkat dan dapat memenangkan persaingan dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Faktor utama yang dapat menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah pemasaran.

Pemasaran yang ada pada saat ini tidak hanya menitik beratkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen saja, melainkan kepuasan pelanggan menjadi suatu bagian yang penting. Salah satu dunia usaha yang sekarang ini boleh dikatakan berkembang cukup pesat di negara kita adalah industri otomotif, khususnya sepeda motor yang saat ini banyak digunakan sebagai salah satu alat transportasi yang praktis terutama di kota-kota besar yang semakin padat penduduknya. Karena selain harganya terjangkau, juga biaya perawatannya lebih murah bila dibandingkan dengan kendaraan roda empat.

Masyarakat juga bisa menggunakan sepeda motor ini sebagai alat pendukung berjalannya suatu aktivitas atau pekerjaan agar lebih cepat, seperti mengantar surat, mendistribusikan barang, menjajakan belanja bagi ibu-ibu rumah tangga, membantu salesman dalam promosi penjualan dan juga biasa dipakai sebagai ojek di daerah perumahan/pedesaan. Salah satu sepeda motor yang terkenal di negara kita adalah sepeda motor merk Honda. Produk sepeda motor Honda hingga saat ini adalah produk kendaraan bermotor roda dua yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia. Untuk dapat menghadapi persaingan dengan merk-merk lain yang mempunyai tipe mesin yang sama, yaitu 4 tak, perusahaan harus dapat melihat kebutuhan dan keinginan konsumen untuk saat ini dan waktu mendatang. Dengan situasi saat ini Honda sebagai produsen dan sekaligus yang memasarkan sejak awal telah mengantisipasi terhadap segala kemungkinan persaingan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Seperti yang terlihat beberapa tahun terakhir ini yaitu terjadi permintaan pada pasar yang cukup banyak. Salah satu hal yang menyebabkan naiknya permintaan ini adalah karena selain iritnya bahan bakar, juga perawatannya yang cukup mudah karena bengkel dan *dealer* resmi Honda cukup banyak dan didukung oleh montir-montir yang cukup berpengalaman dengan suku cadangnya yang mudah diperoleh.

Dalam model keputusan pembelian, citra yang merupakan hasil dari persepsi konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dan di sini atribut yang melekat pada sebuah produk juga mempengaruhi seseorang untuk membeli produk tersebut. Atas dasar hal tersebut di atas penulis tertarik untuk meneliti Apakah

persepsi konsumen pada atribut produk berpengaruh nyata/ signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya, dan persepsi konsumen pada atribut produk manakah yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.

Adapun penelitian ini dilakukan pada jenis kendaraan Honda bebek tipe Supra X, karena Supra X merupakan inovasi produk terbaru dari Honda yang memiliki keunggulan, seperti bandel, irit, awet, jago ngacir dan harga jual tetap tinggi, ditambah lagi dengan desain, warna dan gaya millenium 3, sedangkan target lokasi penelitian ini dilakukan di perusahaan PT Mitra Pinasthika Mustika di Jalan Simpang Dukuh 42 – 44 Surabaya, yang merupakan pusat pemasaran sepeda motor merk Honda di Jawa Timur dan sekaligus menyediakan suku cadang/*spare parts* maupun *service* khusus untuk sepeda motor merek Honda.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah sikap konsumen pada atribut produk yang terdiri dari produk generik, produk harapan, dan produk pelengkap berpengaruh nyata/signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya ?
2. Sikap konsumen pada atribut produk manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen pada atribut produk yang terdiri dari produk generik, produk harapan, dan produk pelengkap terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.
2. Untuk mengetahui sikap pada atribut produk manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek merek Honda tipe Supra X di PT. Mitra Pinasthika Mustika Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas Katolik Widya Mandala :
Dapat menambah pembendaharaan perpustakaan dan juga bisa dipakai sebagai bahan perbandingan bagi mahasiswa yang akan menyusun karya tulis ilmiah.
2. Manfaat bagi penulis :
Selain dapat menambah pengetahuan bagi penulis, juga untuk menerapkan teori-teori yang didapat selama di bangku kuliah dengan harapan dapat menambah wawasan. .
3. Bagi perusahaan : Memberikan informasi mengenai persepsi konsumen terhadap sepeda motor bebek merek Honda, sehingga nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengembangan produk di masa mendatang.

1.5. Sistematika Skripsi

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini penulis memaparkan isi skripsi secara umum dan menyeluruh, di mana bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab 2 : Tinjauan Kepustakaan

Dalam bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori, dan hipotesis.

Bab 3 : Metode Penelitian

Dalam bab ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, target dan karakteristik populasi, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan daftar kepustakaan serta lampiran-lampiran yang diperlukan.

Bab 4 : Analisis dan Pembahasan Masalah

Dalam bab ini akan diuraikan tentang proses pengolahan data serta pembahasan hasil-hasil pengolahan tersebut.

Bab 5 : Simpulan dan Saran

Dalam bab ini diuraikan mengenai simpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran yang berguna.