

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha dalam bidang industri otomotif saat ini bertumbuh dengan sangat pesat, khususnya pada industri sepeda motor. Hal tersebut dikarenakan sepeda motor merupakan salah satu alternatif yang mampu mempermudah dan memperlancar seseorang dalam mencapai tempat tujuannya dengan cepat. Dibandingkan dengan alat transportasi lainnya, sepeda motor menjadi favorit bagi sebagian kalangan masyarakat sebagai kendaraan pribadi karena dianggap paling efektif dan efisien. Selain memberikan kemudahan dalam akses jalan yang macet untuk mengefisienkan waktu tempuh, berkendara dengan sepeda motor mampu meminimalisir pengeluaran biaya yang besar untuk pembelian bahan bakar.

Persaingan industri otomotif berlangsung dengan sangat ketat, hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya jenis dan merek sepeda motor yang beredar dipasaran. Namun pada akhirnya yang menentukan laku tidaknya merek sepeda motor berada pada keputusan pembelian konsumen terhadap salah satu merek yang mampu menarik minatnya. Salah satu perusahaan otomotif yang ikut ambil alih dalam persaingan industri sepeda motor adalah Yamaha. Bulan Februari 2018 lalu Yamaha resmi meluncurkan dan memperkenalkan produk sepeda motor terbarunya dengan merek N-MAX kepada masyarakat luas. Yamaha N-MAX merupakan skuter *matic* premium kelas 150 cc yang memiliki tampilan lebih efisien, bertenaga dan handal serta dilengkapi dengan teknologi *blue core*.

Dengan inovasi-inovasi yang dilakukan oleh produsen kemudian dengan fitur-fitur lainnya, itu akan menimbulkan minat beli. Dimana (Ashari, 2019), berpendapat bahwa keputusan pembelian ialah rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang/jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalam konsumen itu sendiri.

Menurut (Triputranto, 2020) mendefinisikan Keputusan Pembelian adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan (Maupa, Kadir, and Sulbiah 2019) menyatakan Keputusan Pembelian merupakan salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan Pembelian konsumen merupakan tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa, sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, Keputusan Pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya ialah kualitas pelayanan. Dimana menurut (Sopyan, 2017), untuk jasa, diperlukan pelayanan kepada konsumen yang dapat menyenangkan atau memuaskan konsumen. Mengacu pada pelayanan tersebut, maka tingkat Kualitas Pelayanan yang baik akan selalu dilihat dan diukur dari sisi konsumen serta pemenuhan kepuasannya akan suatu pelayanan yang diterimanya. Selanjutnya, kualitas ini mempengaruhi kesan konsumen terhadap suatu produk dan kesan ini

akan berdampak pada proses dari kualitas yang diharapkan terhadap kualitas yang dirasakan.

Selain kualitas pelayanan, desain produk juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dimana desain produk adalah bagian dari proses dan pengembangan dalam sistem yang terintegrasi dengan banyak bidang keilmuan yang lain. Pada proses desain berkontribusi dalam *styling*, menciptakan bentuk serta perasaan yang ditimbulkan oleh produk dalam interaksinya dengan *user*. Pada proses *development*, hasil dari komunikasi dan koordinasi untuk membuat, mencoba, memodifikasi dan mematangkan desain hingga benar-benar siap untuk diluncurkan, (Ahmad, 2021).

Kemudian faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kepuasan konsumen. Dimana menurut (Nurhidayati & Yuliantari, 2018) Kepuasan konsumen adalah kunci dalam membuat konsumen loyal. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dan perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa.

Berikut adalah data penjualan pada Yamaha Nmax Kota Payakumbuh Tahun 2021 :

Tabel 1.1
Data Penjualan Yamaha Nmax Kota Payakumbuh Tahun 2021

Bulan	Penjualan / Unit
Januari	192
Februari	196
Maret	198
April	184
Mei	186
Juni	173
Juli	182
Agustus	169
September	162
Oktober	152
November	173
Desember	152

Sumber : Yamaha Nmax Kota Payakumbuh

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan Yamaha Nmax pada Kota Payakumbuh setiap bulannya mengalami fluktuasi. Dimana penjualan tertinggi pada tahun 2021 terjadi pada bulan maret yaitu 198 unit sedangkan yang terendah pada bulan oktober yaitu 152 unit. Disnyalir disebabkan oleh Kualitas Pelayanan yang masih rendah, Desain Produk yang masih belum optimal dilakukan dan Kepuasan Konsumen yang masih rendah. Ditambah lagi gaya pada produk belum terlihat berbeda antara produk dari para pesaing, lokasi yang kurang strategis, promosi yang dilakukan yang belum optimal, rancangan (*design*) belum menonjol antara para pesaingnya dan banyaknya saingan pada jenis merek motor lain

Penelitian yang dilakukan oleh (Rohana, 2019), Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Widodo & Kumala, 2019), Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Keputusan Pembelian Aluminium. Hasil penelitian bahwa Harga Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Apriliani et al., 2020), Pengaruh Kepuasan Konsumen, Desain Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Membercard. Hasil penelitian bahwa Kepuasan Konsumen, Desain Produk, Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Siboro & Suhardi, 2020), Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. Hasil penelitian bahwa Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang diteliti adalah objek penelitian, waktu penelitian dan penelitian yang diteliti menggunakan variabel intervening, sedangkan penelitian terdahulu ini tidak menggunakan variabel intervening.

Berdasarkan uraian diatas untuk lebih terfokusnya penelitian ini. Maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh dengan memberi judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas dan keterangan yang telah di kembangkan maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan *service* Motor yang masih rendah akan berdampak pada Kepuasan Konsumen Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
2. Desain Produk yang masih belum menarik pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh akan membuat berkurangnya Keputusan Pembelian.
3. Kurangnya Kepuasan Konsumen Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh yang menyebabkan menurunnya penjualan pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
4. Gaya pada produk belum terlihat berbeda antara produk dari para pesaing akan menyebabkan menurunnya Kepuasan Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
5. Lokasi yang kurang strategis akan berdampak pada Loyalitas Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh
6. Promosi yang dilakukan yang belum optimal akan menyebabkan menurunnya Kepuasan Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
7. Rancangan (*design*) belum menonjol antara para pesaingnya.
8. Banyaknya saingan pada jenis merek motor lain.

1.3 Batasan Masalah

Agar terarahnya penelitian ini, berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada, maka peneliti membatasi penelitian ini dengan menetapkan objek penelitian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh. Sebagai Variabel Independen atau Variabel Bebasnya adalah Kualitas Pelayanan (X1) Dan Desain

Produk (X₂), sebagai Variabel Dependen atau Variabel Terikat adalah Keputusan Pembelian (Y), dan sebagai Variabel Intervening adalah Kepuasan Konsumen (Z).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
4. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
5. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
6. Apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?
7. Apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
4. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
6. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.
7. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Konsumen mampu memediasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yaitu untuk memberikan landasan bagi para peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan kemampuan memecahkan masalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening dan penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Pembaca

Penelitian ini bisa menjadi dasar penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia.

2) Bagi Perusahaan

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada Motor Yamaha Nmax Kota Payakumbuh yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Desain Produk dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening agar mereka dapat meningkatkan Keputusan Pembelian.