

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan sepeda motor dewasa ini mempunyai prospek yang baik, ini terlihat gencarnya persaingan antara produsen sepeda motor dalam upaya menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal tersebut dikarenakan sepeda motor saat ini merupakan sarana transportasi yang praktis, dinamis dan mudah pengoperasiannya, tepat untuk semua kondisi jalan, menjadikan sepeda motor sebagai sarana transportasi yang sangat penting bagi konsumen. Dan sepeda motor merupakan alat transportasi primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Pada tingkat pendapatan yang relatif masih rendah serta infrastruktur masih belum memadai membuat banyak orang melirik sepeda motor. Peluang tersebut memacu pola produsen untuk menciptakan inovasi baru baik dari segi model maupun teknologi agar mendapatkan simpati dari konsumennya. Sedangkan dari pihak pasar mengimbangi dengan melakukan program pemasarannya antara lain melalui berbagai promosi untuk menawarkan dan mempromosikan berbagai inovasi baru dari produknya, tentang ketangguhan dan keunggulan-keunggulan dari model dan teknologinya, sehingga diharapkan volume penjualan meningkat kepuasan konsumen terpenuhi demikian pula akan terjadi peningkatan laba.

PT. Sabang Raya Motor adalah salah satu dealer Yamaha populer di Merangin. Untuk tercapainya target penjualan Yamaha fino pada sabang raya

motor bangko tentu dibutuhkan banyaknya keputusan pembelian pada Yamaha fino.

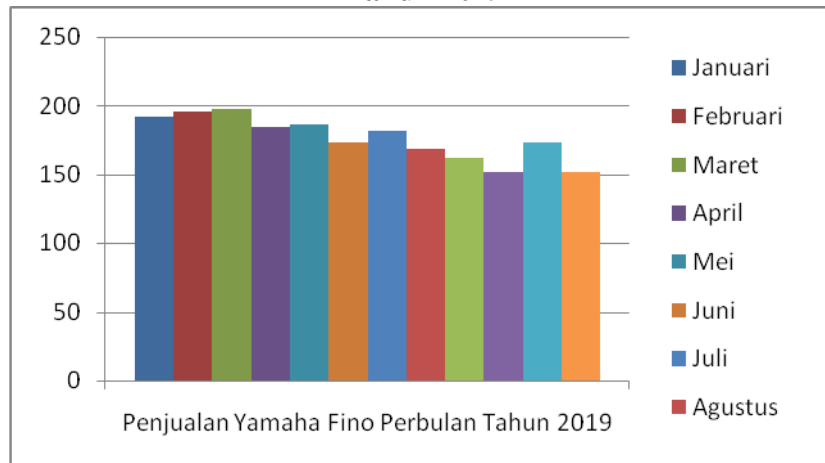
PT. Sabang Raya Motor adalah salah satu perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor merek Yamaha. Yamaha sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini juga merupakan salah satu produsen sepeda motor terbesar kedua di Indonesia umumnya dan di Kota Jambi khususnya. Berikut data penjualan sabang raya motor Tahun 2019. yang terlihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1
Data Penjualan Yamaha Fino Sabang raya Motor Bangko
Tahun 2019

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 : Sabang Raya Motor Bangko, Tahun 2019

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Yamaha Fino Sabang raya Motor Bangko
Tahun 2019



Sumber : Sabang Raya Motor Bangko, Tahun 2019

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan Yamaha fino pada sabang raya motor bangko setiap bulannya mengalami fluktuasi. Dimana penjualan tertinggi pada tahun 2019 terjadi pada bulan maret yaitu 198 unit sedangkan yang terendah pada bulan oktober yaitu 152 unit. Dimana hal ini disebabkan oleh kualitas produk, daya tarik iklan yang masih belum optimal dilakukan dan harga yang kurang sesuai.

Dimana Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Sedangkan Menurut Tjiptono, (2016) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Tetapi, kadang mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana

mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan ini. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Keputusan pembelian itu dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya kualitas produk. Saerang et al., (2018) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen. Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan.

Keputusan pembelian itu sama dengan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Keputusan dapat diartikan kecenderungan untuk dapat tertarik atau terdorong untuk memperhatikan seseorang sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu. Karena minat terhadap sesuatu yang diinginkan, maka muncul keinginan untuk membeli. Disisi lain, keputusan pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Kemudian selain kualitas produk, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh daya tarik iklan, dimana daya tarik iklan Menurut Tampi et al., (2016) daya tarik iklan adalah seberapa besar iklan mampu memukau atau menarik pemirsanya. Daya tarik iklan memacu pada pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi perasaan mereka terhadap suatu produk (barang atau jasa). Pada dasarnya daya tarik iklan yang digunakan sebagai dasar dalam mempersiapkan suatu pesan iklan. Untuk menarik perhatian konsumen dalam penjualannya, salah satunya adalah dengan menggunakan daya tarik iklan untuk menentukan keputusan pembelian pada konsumen.

Kualitas menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Jika ingin meningkatkan minat beli ke level yang lebih tinggi pastikan kita meningkatkan kualitas terlebih dahulu. Baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Saat ini konsumen cenderung memilih sebuah produk karena kelebihan, baik itu fitur yang lebih komplit atau pun pelayanan pelanggan yang lebih baik. Kita harus bisa mewujudkan itu. Berikan sesuatu yang selalu berbeda, yaitu apa yang tidak dimiliki oleh kompetitor. Jadikan kualitas menjadi hal utama. Karena pada akhirnya, kualitas lah yang dinilai konsumen, bukan yang lain. Mungkin konsumen tidak peduli bagaimana Anda melakukannya, tetapi mereka hanya peduli pada kualitas apa yang mereka dapatkan dengan produk atau layanan.

Kemudian yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Dimana harga Menurut Tjiptono, (2016) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak

kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Setiap perusahaan pasti bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sudah diperhitungkan dari produk atau jasa yang dijualnya. Sehingga untuk mencapai tujuannya tersebut, sebuah perusahaan akan melakukan penetapan terhadap harga bagi produk atau jasa yang dimiliki.

Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Oleh karena itu, dengan permasalahan ini perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasaran. Menurut Achmad, (2018), tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran. Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut.

Maharani et al., (2019) Hasil penelitian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Fasha et al., (2019) Hasil penelitian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ettah et al., (2019) Hasil penelitian kualiatas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, daya tarik iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas untuk lebih terfokusnya penelitian ini. Maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut pada Sabang Raya Motor Bangko dengan memberi judul: **Pengaruh Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Yamaha Fino** (Studi Pada Sabang Raya Motor Bangko 3s).

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Kualitas produk Yamaha fino yang masih kurang bagus.
2. Kurang optimalnya daya tarik iklan yang dilakukan Sabang Raya Motor Bangko.
3. Harga yang ditawarkan Sabang Raya Motor Bangko tidak sesuai.
4. Rancangan (design) belum menonjol antara para pesaingnya.
5. Gaya pada produk belum terlihat berbeda antara produk dari para pesaing.
6. Banyaknya saingan pada jenis merek motor lain.
7. Pelayanan yang belum maksimal diberikan ke konsumen
8. Lokasi yang kurang strategis
9. Tingkat kepuasan konsumen yang masih rendah
10. Promosi yang dilakukan yang belum optimal

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino. Maka penulis memfokuskan penelitian ini pada Pengaruh Kualitas Produk

Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Yamaha Fino Pada Sabang Raya Motor Bangko 3s.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap harga Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik iklan terhadap harga Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
4. Bagaimana pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variable intervening Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?
7. Bagaimana pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variable intervening Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko?

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 produk terhadap harga Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan terhadap harga Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
4. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variable intervening Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.
7. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variable intervening Sepeda Motor Yamaha Fino pada Sabang Raya Motor Bangko.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini untuk penulis adalah Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Dan juga untuk menambah ilmu pengetahuan sehubungan dengan ilmu yang penulis dapat dan tekuni serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menganalisa Kualitas produk, daya tarik iklan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dengan harga sebagai variabel intervening pada Sabang Raya Motor Bangko.

2. Bagi Perusahaan

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada Sabang Raya Motor Bangko yang berkaitan dengan kualitas produk, daya tarik iklan dengan harga sebagai variabel intervening agar mereka dapat meningkatkan keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.