

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan dunia usaha saat ini semakin ketat, apalagi menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) membuat masyarakat khususnya dunia usaha tentunya lebih mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan dalam skala yang lebih besar lagi. Dalam skala lokal saja perusahaan masih sering diperhadapkan dengan persaingan antar perusahaan yang sejenis, belum lagi ditambah dengan munculnya beberapa perusahaan baru yang kian menarik dimata sepeda motor YAHAMA.

Dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang akan membuat masyarakat dimanjakan dengan kemudahan mendapatkan barang dan jasa yang akan memenuhi kebutuhan mereka. Perusahaan akan semakin bersaing untuk menarik pelanggan dan memperluas daerah pengembangan bisnisnya. Dalam hal ini perusahaan barang atau jasa yang bersangkutan dituntut teliti untuk menangkap peluang yang ada agar dapat bertahan seiring dengan perubahan zaman.

Terdapat banyak faktor yang dapat dijadikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, salah satunya adalah dengan mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan sepeda motor YAHAMA, selanjutnya perusahaan juga harus mencari informasi mengenai apa yang di harapkan oleh sepeda motor YAHAMA dari suatu produk dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan

sepeda motor YAHAMA. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan sepeda motor YAHAMA atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 2005).

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008). Secara umum keputusan pembelian merupakan seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut diperjelas lagi oleh (Dharmmesta dan Handoko,1997) sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Berdasarkan beberapa pendapat Ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa Perilaku sepeda motor YAHAMA berperan penting dalam memahami bagaimana sepeda motor YAHAMA secara aktual mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2008:235) para sepeda motor YAHAMA melewati lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para sepeda motor YAHAMA membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam

kumpulan pilihan. Sepeda motor YAHAMA juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Salah satu alat yang dapat dijadikan perusahaan dalam meningkatkan keputusan sepeda motor YAHAMA untuk membeli adalah melalui pelayanan yang diberikan. Menurut Parasuraman, et al (1985) dalam Kurniasari (2013), menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Disisi lain, kualitas pelayanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual (Yamit, 2004:22).

Industri otomotif sebagai salah satu industri yang cukup pesat perkembangannya, dimana dapat dibuktikan dengan jumlah pertumbuhan kendaraan yang cukup signifikan dari tahun ketahun. Dimana berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa jumlah seluruh jenis kendaraan mengalami peningkatan yang cukup signifikan (Tabel 1.1).

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan jumlah kendaraan 2008-2012**

<b>Jenis kendaraan</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>(%)</b>
Mobil penumpang	7.489.852	7.910.407	8.891.041	9.548.866	10.432.259	8,64%
Bis	2.059.187	2.160.973	2.250.109	2.254.406	2.273.821	2,51%
Mobil Barang	4.452.343	4.498.171	4.687.789	4.958.738	5.286.061	4,38%
Sepeda Motor	47.683.681	52.767.093	61.078.188	68.839.341	76.381.183	12,50%
Jumlah	61.685.063	67.336.644	76.907.127	85.601.351	94.373.324	11,22%

*Sumber: Badan Pusat Statistik*

Peningkatan pertumbuhan kendaraan dapat dilatarbelakangi oleh beberapa hal seperti munculnya beberapa jenis kendaraan baru, tipe kendaraan, harga, merek, munculnya dealer-dealer kendaraan di berbagai pelosok daerah, dan faktor-faktor lainnya. Munculnya dealer yang dapat dijangkau merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan indikator pertumbuhan jumlah kendaraan. Hal ini disebabkan oleh kemudahan yang didapatkan sepeda motor YAHAMA untuk membeli kendaraan dengan lokasi yang mudah dijangkau. Selain itu kemudahan transaksi yang didapatkan karenanya.

PT. Hasjrat Abadi Cabang Pohuwato sebagai salah satu *dealer* kendaraan motor maupun mobil Yamaha dan mobil Toyota di kabupaten Pohuwato, menjalankan fungsi penjualannya kepada masyarakat/ sepeda motor YAHAMA sesuai dengan ketentuan penjualan perusahaan yang berlaku. Demikian juga halnya dengan pelayanan yang diberikan.

Sebagai salah satu dealer motor dan mobil terbesar di Kabupaten Pohuwato, tidak menjadikan PT. Hasjrat Abadi Pohuwato menjadi tidak tersaingi. Munculnya beberapa dealer kendaraan sejenis memberikan tekanan bagi PT. Hasjrat Abadi Pohuwato dalam menjual produknya. Terbukti bahwa dari tahun ketahun penjualan kendaraan di PT. Hasjrat Abadi Pohuwato mengalami tren yang fluktuatif. Khususnya pada penjualan sepeda motor Yamaha. Disamping itu, perilaku sepeda motor YAHAMA yang berubah-ubah menuntut PT. Hasjrat Abadi Pohuwato perlu memikirkan strategi yang tepat untuk menyesuaikan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sepeda motor YAHAMA.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan Sepeda Motor (Yamaha) PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato**

Tahun	Bulan												Ttl
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
2013	13	12	13	8	10	15	14	4	6	3	11	18	127
2014	10	13	8	5	8	10	17	10	9	5	9	21	124
2015	15	14	17	8	12	20	15	15	10	12	21	18	177
<b>Total</b>													<b>428</b>

*Sumber: PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato*

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa penjualan motor Yamaha pada PT. Hasjrat abadi cabang Pohuwato mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat disebabkan oleh banyak hal antara lain, kebutuhan sepeda motor YAHAMA yang berubah, yang dalam hal ini sepeda motor YAHAMA menginginkan produk yang berbeda dari produk Motor Yamaha, seperti fitur motor, desain, termasuk harga. Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi adalah adanya dealer-dealer sepeda motor yang memiliki kemiripan baik dalam hal produk, maupun dalam hal strategi penjualannya.

Suatu permasalahan yang umumnya terjadi pada setiap perusahaan adalah munculnya pesaing usaha yang sejenis yang mengakibatkan sepeda motor YAHAMA akan lebih selektif dalam membeli sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal ini, di Kabupaten Pohuwato sendiri telah banyak Dealer-dealer resmi sepeda motor seperti Dealer Sepeda motor Honda, dan Dealer

Kawasaki (PT. Zanur Limas), dan dealer-dealer resmi lainnya yang kesemuanya beroperasi di kawasan strategis Kabupaten Pohuwato.

Pada dasarnya seluruh dealer menampilkan produk-produk yang telah disesuaikan dengan pabrikan motor masing-masing. Namun pada dasarnya model maupun type tiap-tiap jenis motor yang berbeda mereknya seringkali menampilkan produk yang serupa seperti motor bebek Honda dengan Supra, Suzuki dengan Shogun, dan Yamaha dengan Vega, seperda motor matic Honda dengan Vario, Suzuki dengan Nex, Yamaha dengan Mio, dan banyak lagi jenis motor lainnya yang pada dasarnya serupa dan dengan teknologi yang sama juga, yang hal tersebut akan lebih membuat sepeda motor YAHAMA lebih selektif lagi dalam pemilihan sepeda motor.

Ketersediaan spare part motor juga bisa menjadi acuan sepeda motor YAHAMA dalam membeli sepeda motor, dimana ketahanan onderdil motor yang bisa digunakan dalam jangka waktu yang lama, *spare part* yang bisa menggunakan selain yang asli, serta kemudahan perbaikan dari masing-masing sepeda motor yang dapat dilakukan di bengkel mana saja, yang keseluruhan merek motor tersebut pada dasarnya memiliki kesamaan seperti yang telah dijelaskan. ditambah lagi dengan harga dari merek-merek sepeda motor tersebut yang relatif sama menambah persepsi yang hampir sama antara sepeda motor YAHAMA sehingga dealer-dealer yang ada perlu memikirkan solusi yang tepat untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor YAHAMA terhadap sepeda motor yang didistribusikan.

Faktor pelayanan dapat menjadi salah satu penentu keputusan sepeda motor YAHAMA untuk membeli sepeda motor khususnya pada PT. Hasjrat Abadi Pohuwato. Dimana dengan menyelenggarakan pelayanan yang berkualitas akan menambah ketertarikan sepeda motor YAHAMA untuk melakukan transaksi di dealer PT. Hasjrat Abadi Pohuwato, seperti pemberian informasi mengenai produk sepeda motor oleh karyawan, jangka waktu service motor, diskon atau potongan harga baik oleh PT. Hasjrat Abadi Pohuwato maupun sales penjual, serta ketersediaan stok sepeda motor sehingga konsmen tidak perlu menunggu lama untuk menggunakan sepeda motornya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor YAHAMA di PT. Hasjrat Abadi Cabang Pohuwato”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Pejualan sepeda motor Yamaha yang naik-turun dari tahun ketahun
2. Perubahan kebutuhan sepeda motor YAHAMA terhadap produk yang akan dibelinya sehingga sepeda motor YAHAMA semakin sulit untuk memutuskan untuk membeli atau tidak.
3. Kompetitor (dealer) lain yang memiliki jenis-jenis sepeda motor yang serupa dengan type sepeda motor Yamaha sehingga menyebabkan sepeda motor YAHAMA sulit untuk menentukan produk yang akan di gunakannya.

4. Persaingan harga antara dealer-dealer motor khususnya dealer motor di Gorontalo membuat sepeda motor YAHAMA sulit melakukan keputusan pembelian.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor YAHAMA pada PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato”?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini di maksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor YAHAMA pada PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato”.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian di lakukan dengan prosedur, dan tujuan penelitian telah tercapai peneliti berharap ada manfaat yang dapat di peroleh. manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang di peroleh di dalam perkuliahan dengan praktek sesungguhnya di lapangan dan sebagai salah satu syarat untuk menempuh strata satu (S1) pada

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Negeri  
Gorontalo.

2. Bagi perusahaan

Manfaat yang bisa di ambil oleh PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato adalah sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

3. Bagi penelitian yang akan datang

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Sepeda motor YAHAMA.