

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan alat transportasi pribadi pada saat ini sudah sangat berkembang, hal ini tentunya berpengaruh pada alat transportasi yang cepat dan nyaman. dalam kondisi saat ini, sepeda motor adalah suatu alat transportasi yang banyak disukai dan menjadi pilihan masyarakat, karena selain dapat menghindari kemacetan terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah-daerah yang sering mengalami kemacetan, motor juga dapat juga meminimalisir pengeluaran untuk membeli bensin dikarenakan tangki pengisian yang ada pada motor lebih kecil dari pada mobil.

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis otomotif, terutama dibidang kendaraan bermotor roda dua, untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Dengan melihat banyaknya produk motor yang beredar dipasaran saat ini membuat masyarakat atau konsumen dituntut lebih selektif dalam memilih produk motor yang akan dibeli, karena menentukan motor tersebut dapat digunakan dalam waktu jangka panjang. persaingan yang semakin

ketat saat ini setiap perusahaan motor dituntut juga untuk mampu menghasilkan produk yang ditawarkan semenarik mungkin dan mempunyai nilai kualitas lebih dibanding dengan produk-produk motor lain dipasaran.

Oleh karena itu pilihan konsumen tentunya didukung oleh manfaat, kualitas produk, harga, dan fitur-fitur yang terdapat pada produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Strategi kualitas produk sangat berperan penting dalam suatu produk motor yang dihasilkan oleh perusahaan, kualitas produk yang baik akan mempengaruhi jumlah pembelian motor tersebut karena menarik konsumen yang beli motor tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian konsumen, ada yang berani mengeluarkan uang lebih dengan tujuan memperoleh kualitas produk yang terjamin. Tjiptono (2008:89) mengatakan bahwa kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Sehingga kualitas produk merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga

agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berfikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk.

Sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk akan memberikan dampak bagi tercapainya preferensi pembelian konsumen yang besar atas produk suatu perusahaan. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Mustafid & Gunawan, (2008) bahwa keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk

Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih, perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter dan Olson, 2006 : 162). keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat

menentukan sikap yang akan diambilnya. Menurut Kotler (2002:204), bahwa terdapat 5 (lima) tahapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian.

Terkait dengan penjelasan sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Dalam hal ini difokuskan pada produk Sepeda Motor Honda. Strategi yang dilakukan PT HONDA dalam perkembangan usahanya dan produk-produknya adalah dengan membuat model motor lebih modis, kualitas dan keiritannya yang melegenda, jaringan bengkel yang menjamur, spare part sangat mudah diperoleh, teknologi injeksi Honda PGM-FI, mempunyai resale value yang bagus, dan juga memasarkan produk-produknya ke luar negeri dengan harga terjangkau.

Selain itu prospek perusahaan Honda motor adalah meningkatkan dan mempertahankan kualitas mesin dan performa dalam mendesain motor-motor yang ramah akan lingkungan dan hemat bahan bakar, agar dapat mengajak konsumen untuk menggunakan motor-motor yang didesain oleh PT. Honda Motor tetapi juga terus mengupayakan berbagai perubahan-perubahan pada motor Honda yang diselaraskan dengan perkembangan konsumen tersebut.

Dengan berbagai keunggulan dari motor Honda banyak para konsumen membeli produk motor Honda karena dengan salah satu

keunggulannya adalah keiritan dari produk motor Honda itu sendiri, Di Gorontalo terkenal dengan alat transportasi Bentor, yang saat ini digunakan sebagai mata pencaharian oleh masyarakat Gorontalo. karena keiritan akan bahan bakar yang dimiliki oleh produk motor Honda, Masyarakat Gorontalo menjadikan transportasi Bentor sebagai kebutuhan untuk mencari nafkah.

Namun terlepas dari keiritannya, spare part/suku cadang motor Honda terbilang cukup mahal karena kualitas dari motor Honda memang terjaga dengan sangat baik, beberapa motor Honda keluaran beberapa tahun lalu memang dirasa kurang modis sehingga motor Honda di kota gorontalo hanya digunakan pada alat transportasi bentor, alasan utama dari masyarakat Gorontalo atau salah satu anggota Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo memilih produk motor Honda karena salah satu keunggulannya yaitu irit bahan bakar.

Gorontalo terkenal akan becak motornya dan hampir setiap sudut kota terdapat Bentor. Bahkan Bentor buatan Gorontalo sudah di jual sampai ke luar kota seperti Makassar dan Halmahera Maluku. Hal ini mengakibatkan angkutan umum lain di Gorontalo menjadi lumpuh kalah bersaing dengan Bentor, hal ini disebabkan murahnya tarif Bentor dibanding angkutan lain serta dapat menjangkau daerah yang terpencil yang tidak dapat dijangkau angkutan umum lainnya.

Menurut Perda Gorontalo no.6 tahun 2006, Kendaraan Bentor adalah kendaraan alternatif khas masyarakat Gorontalo yang dipergunakan untuk

angkutan orang dan atau barang yang dilengkapi dengan rumah-rumah dan digerakan atau didorong oleh kendaraan bermotor jenis sepeda motor. Secara sosial ekonomi, dengan makin menjamurnya bentor jumlah pengangguran dan kejahatan di Gorontalo menurun. Dengan modal sepeda motor dan becak seharga 4-5 juta, warga sudah bisa memiliki Bentor untuk dijadikan salah satu mata pencaharian masyarakat Gorontalo.

Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo adalah komunitas yang hampir rata-rata anggotanya menggunakan produk motor Honda seperti Absolut Revo, Revo, Supra x, blade dan Suprafit, namun sebagian anggota dari komunitas ini menggunakan produk motor lain. Komunitas ini mempunyai pangkalan bentor yang beralamatkan di jln. Sultan botutihe ipilo, yang dikordinir langsung oleh Mohammad Syaous beliau adalah ketua dari komunitas ini yang juga sebagai pengemudi bentor dengan memakai produk motor Honda.

Berikut adalah data anggota Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor serta produk motor yang digunakan

Tabel 1.1

Data Anggota Komunitas Persatuan Bentor

Sumur Bor 2017

| No | Nama Anggota | Merek | Produk |
|----|-----------------|-------|---------------|
| 1 | Mohammad Syaus | Honda | Absoulut Revo |
| 2 | Agus Radzak | Honda | Revo |
| 3 | Rahmat Inagu | Honda | Supra X |
| 4 | Didin Ismail | Honda | Suprafit |
| 5 | Nazir Razak | Honda | Absolute Revo |
| 6 | Mahmud Sula | Honda | Fit x |
| 7 | Weli Mohamad | Honda | Absolute Revo |
| 8 | Iron Usman | Honda | Revo |
| 9 | Aldi Harmain | Honda | Supra Fit |
| 10 | Robin Taboi | Honda | Supra X |
| 11 | Tomi ismail | Honda | Blade |
| 12 | Mulis Arsyad | Honda | Absolute Revo |
| 13 | Rahmat Datau | Honda | Absolute Revo |
| 14 | Husain ahaya | Honda | Absolute Revo |
| 15 | Ismed Ahaya | Honda | Fit X |
| 16 | Dedi Suraji | Honda | Absolute Revo |
| 17 | Raden Kalila | Honda | Supra X |
| 18 | Norman | Honda | Fit X |
| 19 | Paris Ahmad | Honda | Absolute Revo |
| 20 | Lola yusuf | Honda | Supra X |
| 21 | Hasan Ibrahim | Honda | Revo |
| 22 | Andrik Sanudi | Honda | Supra Fit |
| 23 | Ais Arif | Honda | Blade |
| 24 | Iki Nune | Honda | Absolute Revo |
| 25 | Djafar Lahmutu | Honda | Absolute Revo |
| 26 | Riwan Apajulu | Honda | Absolute Revo |
| 27 | Rifal Labaco | Honda | Absolute Revo |
| 28 | Endi Yusuf | Honda | Supra Fit |
| 29 | Fikram Djakaria | Honda | Fit X |
| 30 | Rustma Djarati | Honda | Supra X |

Sumber PBSBG 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh anggota Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota gorontalo selama tahun 2016 menggunakan motor merek Honda, berdasarkan hasil wawancara dari setiap anggota komunitas, setelah melalui proses pengenalan masalah produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian, Komunitas ini tertarik untuk melakukan suatu pemilihan produk atau keputusan pembelian pada motor merek Honda, karena dilihat dari kualitas produk motor merek Honda, yang terbukti irit akan bahan bakar minyak, sehingga seluruh Anggota Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo menjadikan produk motor Honda sebagai alat untuk mencari nafkah.

Setelah dilakukan rangkaian wawancara kepada anggota komunitas pengguna motor Honda ditemukan bahwa permasalahan yang ada pada produk yakni produk motor Honda pada dasarnya adalah motor yang memiliki spare part atau suku cadang yang original sehingga harga jual setiap suku cadang dari motor Honda terbilang cukup mahal, yang akhirnya berpengaruh pada penghasilan yang diperoleh setiap anggota komunitas. Kemudian masalah selanjutnya adalah produk motor Honda kurang dalam hal kecepatan, dari hasil wawancara dari setiap anggota komunitas, mereka mengeluh bahwa produk motor merek Honda kurang dalam hal tarikan, sehingga jika melewati jalan yang menanjak biasanya kecepatan dari motor Honda akan berkurang.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan merumuskan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Survei Pada Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka yang menjadi identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Produk motor Honda memiliki Spare Part/Suku Cadang yang terbilang mahal.
2. Produk motor merek Honda kurang dalam hal kecepatan sehingga ketika melewati jalan yang menanjak kecepatan dari motor tersebut akan melambat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka dikemukakan rumusan masalah penelitian adalah Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli motor Honda pada Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Motor Honda pada Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hak yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam membeli motor Honda pada Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini yakni bagi perusahaan dalam hal ini hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan informasi tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam membeli motor Honda pada Komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor Kota Gorontalo.