

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI BERJUDUL :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KENDRAAN BERMOTOR YAMAHA MIO
(Survey Pada Konsumen Dealer Yamaha Gorontalo)**

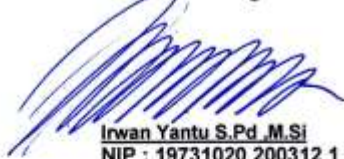
Oleh

HIDAYAT ISMAIL

9314 11 080

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji

Pembimbing I



Irwan Yantu S.Pd., M.Si
NIP : 19731020 200312 1 001

Pembimbing II



Zulfia K Abdussamad, SE., M.Si
NIP : 19790925 200501 2 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama, SE., M.Si
NIP : 19730305 200212 1 003

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi dewasa ini semakin mengarah pada persaingan ketat. Perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan tersendiri yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada. Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, sampai pada keputusan untuk membeli produk tersebut. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa tawaran produk saat ini sangatlah beragam dan banyak, tak terkecuali untuk produk sepeda motor yang sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pilihan yang semakin banyak ini membuat banyak konsumen dapat menentukan pilihannya akan suatu produk dalam hal ini adalah sepeda motor yang dapat memikat dan membuat konsumen tersebut membeli produk tersebut.

Kondisi persaingan inilah yang menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk persaingan, mengingat kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsi dan kegunaannya. Dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya

maka konsumen akan lebih yakin dalam mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian merupakan hak dari konsumen. Konsumen bebas memilih produk dan merek yang akan dibelinya. Konsumen akan berusaha membuat keputusan terbaik dan cenderung setia terhadap merek yang sudah dipilihnya. Banyak faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan kualitas suatu produk sebelum mengambil keputusan membeli produk tersebut dan pada saat konsumen tidak dapat mengevaluasi barang yang akan dibeli, maka kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang yang akan dibeli. Pertimbangan yang diambil adalah kualitas produk yang biasa tergambar dari harga, semakin tinggi harga, maka semakin baik kualitas produk tersebut. Faktor lain yang dipertimbangkan oleh konsumen adalah faktor promosi. Promosi yang dilakukan dengan cara tertentu akan mempengaruhi keputusan membeli oleh konsumen, di samping faktor distribusi. Ketersediaan barang yang dibutuhkan akan turut dipertimbangkan dalam membuat keputusan pembelian.

Ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk sebenarnya mereka memiliki alasan-alasan tertentu dalam memilih sebuah produk, misalnya merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang ditawarkan produk tersebut. Ada pula konsumen yang membeli barang berdasarkan kebutuhan akan suatu barang dan tidak sedikit konsumen yang membeli suatu produk secara spontanitas, maksudnya

konsumen membeli produk tersebut tanpa ada rencana untuk membeli sebelumnya atau tanpa adanya pertimbangan-pertimbangan khusus ketika memutuskan untuk membeli. Menurut Peter dan Olson (2000:162) keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Sepeda motor merupakan salah satu alat bepergian dari satu tempat ke tempat lain secara mudah, irit, luwes dan efisien. Sepeda motor menjadi satu-satunya harapan untuk memiliki alat transportasi darat pribadi yang sesuai dengan kemampuan ekonomi. Mobil yang mempunyai harga jual dan biaya operasional mahal serasa tidak mungkin dapat dijangkau oleh rakyat ekonomi menengah ke bawah.

Yamaha merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor otomotif, khususnya roda dua. Banyaknya persaingan dari perusahaan yang menghasilkan produk sejenis membuat persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, Yamaha harus menghasilkan produk sepeda motor yang lebih berkualitas dibanding produk lain. Yamaha Mio Metic merupakan salah satu produk unggulan Yamaha yang banyak diminati oleh konsumen. Jika dicermati terdapat beberapa keunggulan sepeda motor metic Yamaha Mio, antara lain: (1) pemakainnya cukup mudah, (2) irit bensin, (3) desain cocok untuk semua orang, dan (4) kualitas dari keseluruhan produk ini mampu menarik perhatian konsumen.

Yamaha Finance merupakan salah satu perusahaan penyalur produk Yamaha Mio di Gorontalo. Berdasarkan studi awal di perusahaan tersebut, diperoleh data penjualan sepeda motor matic Yamaha Mio sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan Sepeda Motor Matic Yamaha Mio

Tahun	Total Penjualan (Unit)
2010	4.100
2011	4.570
2012	4.985
2013	5.525
2014	6.135
Total	25.315

Sumber: Dealer Yamaha Hasrat Abadi Kota Gorontalo

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha Mio Matic dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi. Hal ini dapat diperjelas dengan komentar dari beberapa konsumen yang mengatakan bahwa kualitas produk sepeda motor tersebut sangat menarik dari segi desain yang semakin elegan seiring dengan perkembangan zaman. Ada juga yang mengatakan bahwa ketangguhan mesin yang sudah diuji kualitasnya, yakni menggunakan mesin blue core, irit bensin dan tahan mesin. Di samping itu terdapat juga

konsumen yang mempertimbangkan faktor harga, faktor promosi dan faktor distribusi.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dilakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kenderaan Bermotor Yamaha Mio”** (Survey pada Konsumen Dealer Yamaha Gorontalo).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, dapat diidentifikasi masalah-masalah berikut:

- a. Persaingan pemasaran dari perusahaan yang menghasilkan produk sejenis semakin meningkat.
- b. Kualitas sepeda motor Matic Yamaha Mio bersaing dengan produk lain.
- c. Keputusan pembelian oleh konsumen produk sepeda motor Matic Yamaha Mio menunjukkan persaingan dengan produk lain.

1.3 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio?

- b. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio?
- c. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio?
- d. Apakah terdapat pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio?
- e. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) secara parsial terhadap pembelian konsumen pada kendaraan bermotor matic yamaha mio?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a) Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio.
- b) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio.
- c) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio.
- d) Pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio.

- e) Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) secara parsial terhadap pembelian konsumen pada kendaraan bermotor matic yamaha mio?

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan informasi dasar mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Matic Yamaha Mio oleh konsumen.

- b. Manfaat praktis

Memberikan masukan untuk memperhatikan kualitas bauran pemasaran dalam setiap tindakan yang dilakukan perusahaan dan memberikan masukan variabel yang harus ditingkatkan untuk mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.