

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Supaya orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti transportasi. Transportasi adalah sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer, khususnya alat transportasi darat. Macam-macam jenis alat transportasi darat mulai dari kendaraan roda dua hingga roda empat mampu memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia (Amrullah dan Agustin, 2016).

Menyadari kepentingan konsumen Yamaha Indonesia Motor Manufacturing pada 23 Januari 2015 meluncurkan motor matic Yamaha NMAX 155cc dengan desain yang modern, sporty dan mewah. Tidak butuh waktu lama Yamaha NMAX untuk diterima pasar dalam kurun waktu delapan bulan resmi dipasarkan yamaha telah menjual lebih dari 50 ribu unit. Berdasarkan data yang dirilis Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM), terhitung sejak Februari sampai September 2015, total penjualan NMAX di pasar domestik sebanyak 47.532 unit dan yang diekspor mencapai 18.580 unit sejak April hingga September 2015 (*www.Liputan6.com*).

Citra Merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek yang terbentuk pada benak konsumen berdasarkan dari informasi serta

pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap konsumen yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Menurut Kotler dan Armstrong (2009) Citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.

Selain citra merek salah satu hal penting lainnya yang harus dipertahankan oleh perusahaan untuk tetap dapat bertahan di dalam persaingan bisnis adalah melalui menjaga kualitas produk yang ada. Menjaga kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan daya saing produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kualitas produk menurut Kotler (2009) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memahami apa yang konsumen butuhkan dengan mengimplementasikan pada kualitas produk mereka. Kualitas produk suatu barang atau jasa berhubungan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen,

biasanya konsumen akan berinterpretasi semakin tinggi harga maka akan semakin bagus kualitas produknya.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2012) mengatakan bahwa harga adalah jumlah yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Kendaraan roda dua atau sepeda motor kini menjadi salah satu alternatif utama yang dipilih oleh masyarakat untuk menunjang kegiatan mobilitas sehari-hari. Sehingga dewasa ini kebutuhan akan sepeda motor terus meningkat. Sepeda motor yang awalnya hanya sebagai bagian pemenuhan kebutuhan mobilitas manusia kini juga telah merambah pada gaya hidup baik bagi individu serta masyarakat. Karena sebagian dari gaya hidup maka desain merupakan hal yang penting yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk atau jasa.

Desain menurut Kotler (2009) desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain sangat penting terutama dalam pembuatan dan pemasaran jasa eceran, busana, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang diinvestasikan dalam bentuk, pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang di rancang dengan baik adalah produk yang mudah dibuat dan didistribusikan (Kotler, 2009).

Aspek diatas perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2009) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan dimana

konsumen benar-benar akan membeli. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memantapkan memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Penelitian ini adalah penambahan variabel dari penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat“ yang dilakukan oleh Amrullah dan Agustin, (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. “Pengaruh Promosi, Harga,dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT” yang dilakukan oleh Achidah,dkk, (2016), dengan hasil Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio GT

Desain berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio GT . Penelitian ini menambahkan variable kedua penelitian tersebut dan memilih Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha NMAX. Variable Independen Citra merek, Kualitas Produk, Harga, Desain Variable Dependen Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ketertarikan dalam melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian terhadap motor Yamaha NMAX di Purwokerto adalah karena saya ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Citra merek, Kualitas produk, Harga dan Desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto?
4. Apakah desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto?
5. Apakah citra merek, kualitas produk, harga, dan desain secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

3. Tujuan Penelitian

- a. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.
- b. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.
- c. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.

- d. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.
- e. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan citra merek, kualitas produk, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.

4. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh positif dan signifikan citra merek, kualitas produk, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX di Purwokerto.
- b. Bagi Ilmu Pengetahuan, dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk citra merek, kualitas produk, harga, dan desain dalam mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Bagi Perusahaan, perusahaan dapat mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX.
- d. Bagi Konsumen, mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra merek, kualitas produk, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX.