

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bertambah erat bisnis, mengharuskan setiap perusahaan agar mengambil taktik yang efisien untuk memenangkan persaingan dengan para pesaing maupun persaingan pasar guna mempertahankan keunggulan perusahaan dan tentunya mempertahankan bahkan menaikkan keuntungan atau profit yang diperoleh perusahaan. Dimana dalam menghadapi pesaing di dunia bisnis tanpa taktik yang efisien perusahaan tidak akan bisa bertahan karena lama kelamaan pesaing dari perusahaan lain akan terus bermunculan seiring dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat setiap tahunnya. Kondisi seperti ini yang akan dihadapi oleh setiap perusahaan tidak terkecuali industri sepeda motor yang semakin maju di era modern ini (Saputro dan Widiastuti, 2020),

Kemajemukan penduduk di Indonesia beragam mata pencaharian menuntut segala aktivitas pekerjaan dilakukan dengan mudah dan cepat, untuk itu diperlukan sarana pendukung seperti kendaraan pribadi. Kebutuhan akan kendaraan di zaman modern ini sudah menjadi kebutuhan primer, sebagian masyarakat lebih menentukan pilihannya menggunakan kendaraan pribadi seperti sepeda motor sebab bisa mempermudah kegiatan sehari-hari. Selain menjadi alat transportasi yang mudah dan lincah, sepeda motor juga bisa digunakan untuk menghindari kemacetan di perkotaan. Bahkan bahan bakar sepeda motor juga lebih irit dan memiliki *budget* minim bila dibandingkan dengan kendaraan roda empat yang lebih boros *budget*. Perusahaan sepeda motor berlomba-lomba merilis

inovasi dengan desain yang berbeda guna memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat. Saat ini bisa dilihat dari banyak sekali desain sepeda motor dengan berbagai merek yang bermunculan. Kenyataan ini dibuktikan dari penjualan sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya (Saputro dan Widiastuti, 2020).

Produk sepeda motor matic yang menjadi pilihan konsumen pada tahun 2020, 2021 dan 2022 yaitu Honda Beat, Honda Vario, Yamaha Mio. Sedangkan produk sepeda motor manual yang menjadi unggulan konsumen pada tahun 2020, 2021 dan 2022 yaitu Honda Supra, Honda Revo, Yamaha Jupiter. Top merek yaitu suatu penilaian yang diberikan kepada merek tertinggi yang diminati oleh para konsumen. Produk unggulan yang menjadi unggulan konsumen dapat dilihat dari top brand hasil perbandingan *presentase* tertinggi antar matic dan manual dari tahun 2020, 2021 dan 2022. Data peningkatan kendaraan motor *type* matic dan manual tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Top *Brand* Motor Matic

SEPEDA MOTOR MATIC

<i>Brand</i>	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	Keterangan
Honda Beat	35,8%	35,6%	34,2%	TOP
Honda Vario	24,5%	21,9%	20,8%	TOP
Yamaha Mio	13,6%	12,9%	12,3%	TOP
Honda Scoopy	8,9%	12,1%	9,9%	
Honda PCX	5,1%	5,2%	8,3%	

➤ TBI : Top *Brand Index*

Sumber : <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Tabel 1.1 Top Brand Index kategori Sepeda Motor Matic tahun 2020 dapat diketahui bahwa *market share* (pangsa pasar) motor matic pada masing-masing tahun yaitu pada tahun 2020 Honda Beat menguasai pangsa pasar

sejumlah 35,8%, Berikutnya Honda Vario sebesar 24,5% dan Yamaha Mio sebesar 13,6%. Kemudian pada tahun 2021 pangsa pasar motor Honda Beat menguasai sebesar 35,6%, Selanjutnya motor Honda Vario sejumlah 21,9% dan Yamaha Mio sebesar 12,9%. Pangsa pasar pada tahun 2022 menunjukkan motor Honda Beat sebesar 34,2%, Honda Vario sejumlah 20,8% dan Yamaha Mio sejumlah 12,3%.

Tabel 1.2 Top Brand Motor Manual

SEPEDA MOTOR MANUAL

Brand	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	Keterangan
Honda Supra	23,7%	24,0%	20,3%	TOP
Honda Revo X	14,5%	14,7%	15,8%	TOP
Yamaha Jupiter	10,7%	12,0%	12,4%	TOP
Honda Blade	8,0%	11,4%	11,7%	
Yamaha Vega	2,3%	3,1%	3,0%	

➤ TBI : Top Brand Index

Sumber : <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Tabel 1.2 Top Brand Index kategori sepeda motor manual tahun 2020 dapat diketahui bahwa *market share* (pangsa pasar) motor manual pada masing-masing tahun yaitu tahun 2020 Honda Supra pada pangsa pasar sejumlah 23,7%, Berikutnya motor Honda Revo X sebesar 14,5% dan motor Yamaha Jupiter sebesar 10,7%. Kemudian pada tahun 2021 menunjukkan pangsa pasar motor Honda Supra sebesar 24,0%, Selanjutnya motor Honda Revo X menunjukkan diangka 14,7% dan Yamaha Jupiter sebesar 12,0%. Pangsa pasar pada tahun 2022 menunjukkan motor Honda Supra sebesar 20,3%, Honda Revo X menunjukkan diangka sebesar 15,8% dan Yamaha Jupiter sejumlah 12,4%.

Pada tabel 1.1 dan 1.2 disimpulkan dari hasil perbandingan presentase top brand dari tahun 2020, 2021 dan 2020 bahwa konsumen lebih memilih sepeda motor yaitu type matic. Motor matic menjadi andalan pembeli karena dari segi pemakaian simpel dan mudah dikendarai untuk aktifitas sehari-hari.

Purwokerto sebuah kota kecil yang terletak di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Selain itu, Purwokerto memiliki beberapa wilayah kecamatan diantaranya Kecamatan Purwokerto Timur, Barat, Utara dan Selatan. Kota yang memiliki banyak julukan ini semakin berkembang pesat di berbagai sektor diantaranya dibidang teknologi, Berbagai jenis bisnis pun muncul salah satunya sepeda motor dari berbagai merek. Namun disamping meningkatnya bisnis sepeda motor ada salah satu faktor para konsumen enggan membelinya, Faktor yang menjadi fenomena yaitu konsumen kendaraan sepeda motor type manual yang menurun terhadap minat beli dan sebelumnya sangat tinggi minat beli konsumen dari pada type matic. Gerai dealer motor sangat berkembang pesat untuk meningkatkan minat beli konsumen baik type matic maupun manual. Wilayah yang begitu cukup luas dan masyarakat dengan mayoritas cukup tinggi tentunya berbagai konsumen sepeda motor type matic atau manual sangat beragam dari berbagai merek. Penurunan minat beli dilatar belakangi kualitas dan merek yang kurang inovatif sehingga para konsumen enggan membeli produk dengan desain yang sudah ada seperti sebelumnya (BPS dalam angka Kabupaten Banyumas).

Kotler dan Keller (2016:205) mengemukakan Keputusan pembelian ialah Proses pembelian yang khas meliputi rangkaian pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Keputusan Pembelian adalah peran utama bagi perusahaan sepeda motor untuk mengetahui minat beli konsumen, Hal ini membuat perusahaan bisa menciptakan produk motor dari mulai type matic maupun manual, Dengan begitu calon *customer* akan lebih tertarik membeli sepeda motor dengan varian yang berbeda. Keputusan Pembelian tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya Kualitas Produk.

Kotler dan Keller (2016:174) mendefinisikan Kualitas Produk yaitu totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas Produk adalah produk yang dihasilkan perusahaan dengan kualitas yang baik untuk memaksimalkan tingkat kepuasan dan keinginan pelanggan. Hal ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Saputro dan Widiastuti (2020), Ghofur (2021), Suari dkk (2019), Istiyanto dan Nugroho (2017), Hermansyur dan Aditi (2017), Adyas dan Setiawan (2019), Jayanti dan Putri (2019), Jasmalinda (2021), Juliana dkk (2018) bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun menurut Hilmawan (2019) menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kotler dan Keller (2016:330) mendefinisikan Citra Merek adalah sifat ekstrinsik yang menggambarkan suatu produk atau layanan, dan bagaimana merek berusaha untuk mencukupi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. Citra merupakan tanggapan pelanggan terhadap suatu merek yang dipercaya oleh pelanggan, Semakin merek dikenal dengan citra yang baik maka merek dapat

menarik minat pelanggan untuk membelinya. Hal ini didukung dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saputro dan Widiastuti (2020), Ghofur (2021), Hermansyur dan Aditi (2017), Jayanti dan Putri (2019), Jasmalinda (2021), Juliana dkk (2018) bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Istiyanto dan Nugroho (2017), Adyas dan Setiawan (2019) menyatakan bahwa Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kotler dan Keller (2016:186) mendefinisikan *Lifestyle* adalah pengekspresian cara hidup seseorang didalam aktivitas, minat, dan pendapat. Ini menggambarkan keseluruhan orang yang berhubungan dengan lingkungannya. *Lifestyle* merupakan kesenjangan masyarakat dalam mengikuti perkembangan zaman, Semakin zaman berkembang dengan pesat maka masyarakat akan merubah pola hidupnya. Hasil penelitian yang dilakukan penelitian sebelumnya oleh Jaya dan Astira (2021), Permana dan Satrio (2019), Rizal dan Suhermin (2018) dan Kodas dkk (2021) bahwa *Lifestyle* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mongisidi dkk (2019) bahwa *Lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti ini akan melakukan penelitian pengembangan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Saputro dan Widiastuti (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Yamaha Nmax”. Terdapat beberapa perbedaan pada penelitian ini dengan peneliti

sebelumnya yaitu terdapat Variabel tambahan. Pada penelitian sebelumnya mengambil variabel Kualitas Produk dan Citra merek, Namun dalam riset ini menambahkan perbedaan keputusan pembelian matic dan manual serta tambahan variabel yaitu *Lifestyle* yang dilakukan penelitian sebelumnya oleh Jaya dan Astira (2021). Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor *Type* Matic dan Manual“**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk, Citra merek dan *Lifestyle* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor *Type* Matic dan Manual?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor *Type* Matic dan Manual?
3. Apakah Citra merek berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor *Type* Matic dan Manual?
4. Apakah *Lifestyle* berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor *Type* Matic dan Manual?
5. Apakah terdapat perbedaan Keputusan Pembelian antara motor matic dan manual?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan diatas maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Subjek penelitiannya yaitu kosumen pengguna Sepeda Motor *Type Matic* atau *Manual*.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas Kualitas Produk, Citra Merek dan *Lifestyle*, sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian :

Berdasar latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor *Type Matic* dan *Manual*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor *Type Matic* dan *Manual*.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor *Type Matic* dan *Manual*.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor *Type Matic* dan *Manual*.

5. Untuk menganalisis perbedaan Keputusan Pembelian sepeda motor Matic atau Manual.

E. Manfaat penelitian :

Penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor *Type* Matic dan Manual ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa digunakan menjadi sarana untuk memperluas wawasan dan sebagai perbandingan terhadap penelitian lain yang homogen, dan bisa digunakan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah ilmu tentang Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa digunakan untuk penilaian bagi perusahaan sepeda motor tipe matic dan manual dalam menumbuhkan tingkat keputusan pembelian melewati Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Lifestyle*. Selain itu perusahaan bisa menciptakan produk yang beragam desain agar konsumen memilih produk dengan selera mereka.

3. Manfaat bagi Peneliti

Peneliti ini mengharapkan memperoleh gelar sarjana, menambah ilmu pengetahuan serta diharapkan peneliti bisa mempergunakan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan untuk terjun langsung ke lapangan.

