



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat memerlukan alat transportasi kendaraan khususnya sepeda motor, karena dengan memiliki dan menggunakan sepeda motor dapat mendukung kebutuhan aktifitas masyarakat perkotaan khususnya Jakarta, dimana ketepatan dan efisiensi waktu untuk berpindah dari satu tujuan ke tujuan lain lebih terjamin. Oleh karena itu kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi, dimana sepeda motor dinilai sebagai alternatif transportasi yang mudah didapat dengan harga terjangkau dan irit bahan bakar. (sumber: <https://gadingmahendradata.wordpress.com>).

Fenomena ini membuat perusahaan dihadapkan kepada kondisi persaingan yang semakin kompetitif, kondisi ini pula yang membuat produsen harus lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu daripada produk yang di tawarkan agar mendapat nilai yang lebih dari benak konsumen.

Keputusan konsumen dalam pembelian dipengaruhi oleh, kualitas dari produk baik itu ketahanan dari produk, fungsi yang lebih pada produk yang produsen tawarkan dibanding produk lawan, performa mesin dan design dari motor, citra merek, dan juga harga yang ditawarkan dari produsen pun menjadi faktor penentu dalam keputusan konsumen saat melaksanakan pembelian.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler (2002:207), keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal, seperti citra merek (*Brand Image*), harga dan kualitas produk sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

Citra merek dari sebuah produk mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Untuk mengatasi persaingan di pasar, perusahaan akan berusaha untuk tetap menjaga dan membentuk citra merek yang kuat. Menurut Kotler dan Keller (2009:272), citra merek adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual. Sedangkan menurut David Aaker (1996:71), citra merek adalah bagaimana seseorang mempersepsikan suatu merek dalam benaknya.

Menurut (Kotler&Amstrong,2012) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau kinerja yang sesuai dari apa yang diinginkan oleh konsumen.. Konsumen akan lebih menyukai produk produk yang menawarkan fitur fitur paling bermutu, berprestasi, dan inovatif . design yang terlihat baru, modern dan berbeda daripada pesaing produsen manjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan konsumen, tetapi tidak sampai pada tampilan fisik saja, tetapi kualitas daripada produk itu sendiri yang juga mempengaruhi konsumen, baik itu daya tahan, performa mesin dan fitur teknologi yang menjadi kekuatan produsen atas keputusan konsumen dalam pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Harga juga menjadi variable penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa, atau total dari nilai tukar yang diberikan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk / jasa (Simamora, 2000). produsen berlomba lomba dalam menawarkan harga yang terjangkau kepada pasar, tanpa menurunkan kualitas yang di tawarkan. Dan dalam penetapan harga kompetitif perusahaan seharusnya memberikan harga yang sebanding atau mendekati harga para pesaingnya. Menurut (Sudhir K & Debabrata, Talukdar., 2004) karena konsumen cenderung enggan membeli produk berharga murah, dikarena konsumen meragukan kualitas dari produk tersebut.

Salah satu sepeda motor yang menarik perhatian penulis adalah CB150R dari varian perusahaan sepeda motor Honda. Honda di Indonesia dinilai dapat menguasai pasar dengan selalu menerbitkan inovasi-inovasi terbarunya dan selalu mengadakan penelitian untuk membuat mesin yang terbaik. Bukan hanya penelitian mesin dan teknologi yang digunakan oleh Honda, perusahaan kendaraan roda dua itu juga menetapkan harga produknya sesuai dengan pendapatan dari masyarakat Indonesia sehingga terjangkau bagi masyarakat. Dapat dikatakan bahwa Honda memilih strategi untuk terus mengeluarkan model baru dan menekan harga produk dengan kualitas yang tidak diragukan untuk menempati tempat tertinggi di pasar persaingan. (sumber : <http://www.marketing.co.id>) hal ini terbukti melalui sepeda motor Honda CB150R ini dinobatkan sebagai *Bike of The Year*, *Best Sport Naked 150 cc*, dan *The Best Sport* pada ajang Otomotif Awards dalam ajang Otomotif Awards 2016 yang diselenggarakan tabloid *Otomotif* (sumber : <http://otomotif.bisnis.com>.)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



**Tabel 1.1**  
**Penjualan Sepeda Motor Di Indonesia**  
**Januari s/d Maret 2016**

	Januari	Februari	Maret	Total 2016
<b>Honda</b>	287.776	362.668	440.171	1.090.615
<b>Kawasaki</b>	10.681	11.081	9.482	31.244
<b>Suzuki</b>	5.587	11.721	5.085	22.393
<b>TVS</b>	95	159	187	441
<b>Yamaha</b>	112.124	139.235	108.416	359.775
	416.263	524.864	563.341	1.504.468

Sumber : <http://assets.otomotifnet.com>.

Pada table 1.1 dapat dilihat bahwa honda menguasai pasar (*market share*) dalam penjualan sepeda motornya di banding pesaing utamanya yaitu yamaha yang berada satu peringkat di bawah honda dalam hal penjualan sepeda motor secara keseluruhan, penjualan yang terus meningkat setiap bulannya dalam triwulan pertama di tahun 2016 dapat menunjukkan bahwa citra merek honda di benak masyarakat adalah kuat, sehingga mereka memperoleh kepercayaan yang berujung kepada keputusan pembelian pada konsumen. Inovasi yang terus dilakukan juga membuat honda unggul dalam persaingan penjualan di indonesia, hal ini terbukti melalui penjualan pada triwulan pertama di tahun 2016 meningkat, bersamaan dengan perilisan 2 produk baru honda yaitu *all new cbr150*, dan *all new cb 150 r* pada akhir tahun 2015.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 1.2**  
**Penjualan Honda CB150R dengan Yamaha Vixion**  
**Januari s/d April 2016**

Penjualan	Vixion	CB150R
Januari 2016	<b>13.340 unit</b>	5.076 unit
Februari 2016	<b>21.139 unit</b>	10.148 unit
Maret 2016	8.213 unit	<b>8.653 unit</b>
April 2016	6.200 unit	<b>16.493 unit</b>
<b>Total :</b>	<b>48.892 unit</b>	<b>40.370 unit</b>

Sumber : <http://www.aisi.or.id/>.

Pada Tabel 1.2 penjualan produk honda cb 150 r mengalami penurunan pada maret 2016, namun berhasil naik kembali pada bulan april beserta mengungguli penjualan pada pesaing nya yaitu Yamaha dengan vixion nya. Kenaikan dan penurunan penjualan ini selain disebabkan oleh pengaruh citra merek, dan juga karena harga yang terjangkau dan kompetitif, dan juga kualitas produk bila di banding dengan produk pesaingnya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda CB150R.



## B. Identifikasi Masalah

Untuk bersaing dalam pasar sekarang ini, produsen harus mempunyai keunggulan kompetitif dari produk yang mereka tawarkan. Karena konsumen dewasa ini semakin kritis akan keputusan pembelian mereka yang didasarkan kualitas produk dan harga yang produsen tawarkan terhadap produk mereka, serta citra merek dibenak para konsumen.

Dengan melihat latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pembelian ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah ada hubungan citra merek terhadap kualitas produk?
5. Apakah ada hubungan antara harga terhadap kualitas produk?
6. Apakah ada hubungan antara harga terhadap citra merek?

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### D. Batasan Penelitian

Mengingat keterbatasan yang ada pada penulis, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah Honda CB 150 R
2. Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki Honda CB150R di Jakarta
3. Penelitian ini dilakukan selama periode April 2016- September 2016.

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimana pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda CB150R di Jakarta “.

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis buat, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Honda CB150R.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Honda CB150R.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Honda CB150R.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan ini adalah:

1. Bagi perusahaan
  - a. Dapat dijadikan informasi dalam memperbaiki dan mengambil strategi promosi di masa datang.
  - b. Dijadikan informasi bagi produsen untuk memperhatikan kualitas produk, dan strategi penetapan harga terhadap produk mereka.
2. Bagi pembaca
  - a. Agar dapat menambah wawasan mengenai keunggulan produk.
  - b. mendorong penelitian lain untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai keunggulan produk.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.