



## BAB I

### PENDAHULUAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan modern saat ini, manusia membutuhkan sesuatu yang mudah dan praktis, seperti transportasi memberikan dampak positif bagi perkembangan zaman, serta membantu manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Mayoritas masyarakat di Indonesia membutuhkan kendaraan bermotor sebagai suatu kebutuhan. Hal ini dikarenakan sepeda motor dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi ketika menggunakan jalan raya umum untuk mengatasi kemacetan dalam kehidupan sehari-hari.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia Tahun 2018-2020**

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)		
	2018	2019	2020
Mobil Penumpang	14 830 698	15 592 419	15 797 746
Mobil Bis	222 872	231 569	233 261
Mobil Barang	4 797 254	5 021 888	5 083 405
Sepeda motor	106 657 952	112 771 136	115 023 039
Jumlah	126 508 776	133 617 012	136 137 451

Sumber: Badan Pusat Statistik (bps.go.id). (diakses 10 November 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1, pesatnya perkembangan perusahaan otomotif yang bergerak dalam bidang sepeda motor terbesar pada tahun 2020 yang sudah mencapai 115.023.039 unit, perusahaan dapat menangkap sebuah peluang yang timbul dari kenaikan jumlah kendaraan bermotor. Banyak perusahaan otomotif dari luar Indonesia, terutama yang berasal dari Jepang, memanfaatkan Indonesia sebagai salah

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



satu pasar penjualan sepeda motor. Selain memiliki jumlah penduduk yang besar, produktivitas yang tinggi, kemampuan masyarakat Indonesia untuk membeli sepeda motor sudah meningkat.

Perusahaan Yamaha berasal dari negara Jepang yang telah didirikan di negara Indonesia pada tanggal 6 Juli 1974, pembuatan kendaraan bermotor Yamaha mulai di produksi perakitan body dan mesin pada tahun 1969 di negara Indonesia. Yamaha *Manufacturing Corporation For Indonesia* (YMCFI) mempunyai komponen semula dari negara Jepang namun sekarang berada dalam negeri. Berikut adalah analisis penjualan sepeda motor antara Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, TVS di Indonesia pada tahun 2017-2021.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Industri Sepeda Motor Tahun 2017-2021 di Indonesia**

Tahun	Merek Sepeda Motor					TOTAL
	Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki	TVS	
2017	4.385.888	1.348.211	78.637	72.191	1.176	<b>5.886.103</b>
2018	4.759.202	1.455.088	89.508	78.982	331	<b>6.383.111</b>
2019	4.910.688	1.434.217	71.861	69.766	898	<b>6.487.430</b>
2020	2.892.168	712.141	28.861	27.208	238	<b>3.660.616</b>
2021	3.928.788	1.063.866	43.540	18.380	2.942	<b>5.057.516</b>
<b>Total</b>	<b>20.876.734</b>	<b>6.013.523</b>	<b>312.407</b>	<b>266.527</b>	<b>5.585</b>	

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. (diakses 10 November 2022)

Berdasarkan Tabel 1.2 yang menunjukkan data penjualan antara lima produk Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) pada tahun 2017-2021, adanya persaingan penjualan antara para produsen sepeda motor untuk memikat hati *consumer*, sehingga kendaraan yang sering terjual adalah produk dari Honda dengan total penjualan 20.876.734 unit per tahun 2017-2021, selanjutnya Yamaha adalah perakitan sepeda motor yang menempati peringkat kedua dengan total terjual 6.013.523 unit per tahun 2017-2021. Peringkat ketiga ditempati oleh merek Kawasaki dengan total penjualan 312.407 unit per tahun 2017-2021, kemudian di urutan ke empat

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adalah merek Suzuki dengan total penjualan 266.527 unit per tahun 2017-2021, selanjutnya peringkat kelima adalah merek TVS dengan penjualan 5.585 unit per tahun 2017-2021 (AISI, 2022).

Informasi pemasaran sepeda motor di negara Indonesia tahun 2017-2021 menerangkan bahwa Honda selalu berada pada tingkat penjualan pertama, penjualan motor Yamaha belum dapat mengejar penjualan produk Honda. Yamaha merupakan perusahaan yang sudah cukup dikenal masyarakat Indonesia sehingga Yamaha dianggap mampu mempertahankan konsumennya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:153), keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling diminati, terdapat dua faktor antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Keinginan konsumen untuk memperoleh atau memilih suatu produk dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu mereka untuk memilih produk dalam hal kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut dianggap layak digunakan oleh *consumer* jika telah diputuskan untuk membeli, keputusan pembelian adalah bagian dari aspek perilaku dalam penggunaan produk.

Jika melihat Tabel 1.2, Yamaha selalu menempati posisi penjualan nomor dua, hal ini dapat dikatakan bahwa Yamaha sudah cukup diperhitungkan oleh masyarakat Indonesia untuk dibeli, dimiliki dan digunakan sesuai kebutuhan *consumer*. Kepuasan kualitas produk yang diberikan maka akan melakukan transaksi pembelian kembali bahkan merekomendasikan suatu merek kepada yang lainnya. Sehingga merek sepeda motor Yamaha saat ini, dimana banyak pengguna sepeda motor Yamaha turut memberikan ulasan yang positif pada Instagram @yamahaindonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

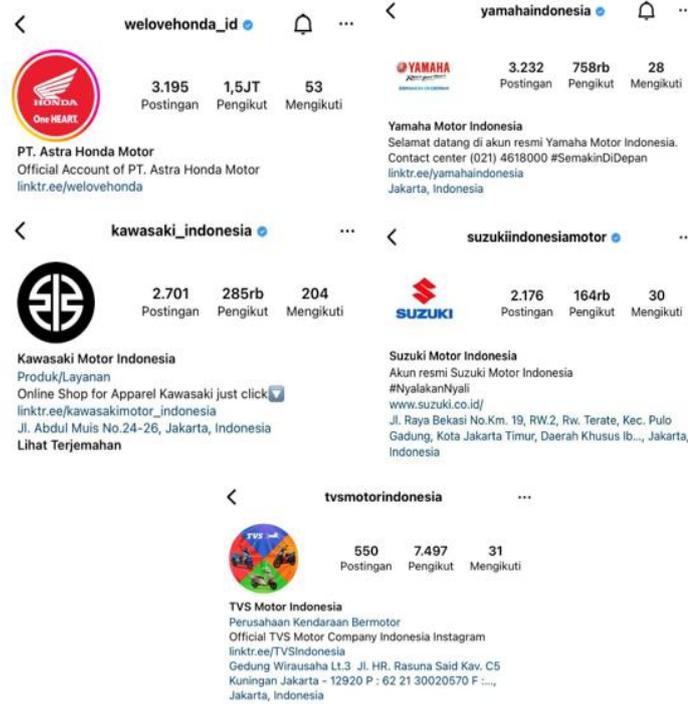


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Gambar 1.1**  
**Followers Instagram Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, TVS di Indonesia**



Sumber: Hasil Screenshot dari Instagram @yamahaindonesia. (diakses 12 Desember 2022)

Saat ini, konsumen di bidang otomotif juga menggunakan media sosial untuk memberikan informasi kepada calon konsumen baru, serta digunakan oleh produsen otomotif untuk melakukan promosi terhadap produk tersebut. Berdasarkan gambar 1.1 merupakan akun resmi Instagram Honda dengan jumlah *followers* terbanyak sebesar 1,5 juta, selanjutnya akun resmi Instagram Yamaha yang mempunyai jumlah *followers* mencapai 758 ribu, kemudian akun resmi Instagram Kawasaki dengan jumlah *followers* sebesar 285 ribu, selanjutnya akun resmi Instagram Suzuki mempunyai *followers* sebesar 164 ribu dan akun resmi Instagram TVS mempunyai *followers* mencapai 7.497.

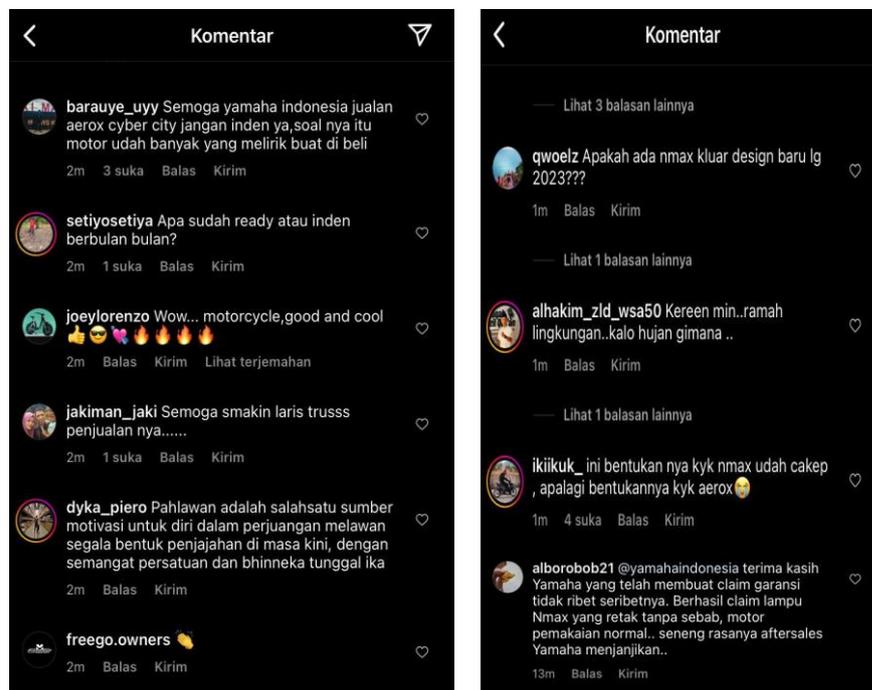
*Electronic word of mouth* dalam media sosial adalah bentuk pernyataan tentang positif maupun negatif yang diciptakan oleh pelanggan potensial, aktual, atau mantan pelanggan tentang suatu produk melalui internet, tersedia bagi banyak orang dan lembaga (Hennig-Thurau *et al.*, 2004). Jika konsumen tidak puas, konsumen

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.



akan memberikan *review* negatif sehingga terjadi *electronic word of mouth* (e-WOM) negatif, yang mempunyai tujuan untuk memberikan masukan kepada perusahaan untuk memperbaiki kinerjanya dan memberikan gambaran kepada konsumen mengenai produk yang akan dibelinya. E-WOM adalah cara yang paling tepat untuk menciptakan suatu keputusan pembelian yang terjadi saat ini (Wijaya & Paramita, 2014).

**Gambar 1.2**  
**Ulasan *Followers* Instagram Sepeda Motor Yamaha Tahun 2022**



Sumber: Hasil Screenshot dari Instagram @yamahaindonesia. (diakses 12 Desember 2022)

*Electronic word of mouth* dianggap mempunyai peran penting dalam meningkatkan popularitas sepeda motor Yamaha. Konsumen dapat memahami rekomendasi produk secara *online* untuk mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian, hal ini diharapkan dapat menciptakan minat beli yang berujung kepada keputusan pembelian. *Electronic word of mouth* terdapat pada gambar 1.2 merupakan ulasan dari *followers* Instagram @yamahaindonesia yang memberikan pengaruh positif kepada Yamaha, salah satu ulasan menurut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



alborobob21 menjelaskan “@yamahaindonesia terima kasih Yamaha yang telah membuat *claim* garansi tidak ribet seribetnya. Berhasil *claim* lampu Nmax yang retak tanpa sebab, motor pemakaian normal.. seneng rasanya *aftersales* Yamaha menjanjikan..”. Sehingga memberikan gambaran kepada konsumen mengenai produk yang akan dibelinya,

Faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler *et al.* (2022:448), menjelaskan kualitas produk sebagai “totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Kualitas produk sering digambarkan secara umum sebagai keselarasan untuk pengguna, keselarasan dengan persyaratan, dan keleluasaan dari variasi. Semakin baik persepsi konsumen akan sebuah kualitas produk maka keputusan pembelian akan semakin tinggi sebaliknya jika persepsi konsumen buruk akan sebuah kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen pun akan semakin rendah (Arifa *et al.*, 2018).

**Tabel 1.3**  
**Tabel Perbandingan Spesifikasi Motor Sport**

Spesifikasi	Yamaha All New R15	Honda All New CBR150R	Suzuki GSX-R150
Tipe Mesin	4 tak SOHC, 4 katup dengan VVA	4 tak DOHC, 4 katup	4 tak DOHC, 4 katup
Kapasitas Mesin	155,1 cc	149,2 cc	147,3 cc
Torsi Maksimal	14,7 Nm @8.500 rpm	13,7 Nm @7.000 rpm	14,0 Nm @9.000 rpm
Kapasitas Tangki	11 liter	12 liter	11 liter
Tinggi Jok	815 mm	787 mm	785 mm
Suspensi Depan	<i>Upside down</i> 37 mm	Teleskopik	Teleskopik

Sumber: Kompas.com. (diakses 17 November 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Yamaha memberikan penawaran berbagai macam produk sepeda motor yang diproduksi serta dirancang dengan kebutuhan konsumen. Hal ini yang membedakan dengan produk kompetitor, demi mendapatkan *value* lebih sesuai dengan keinginan konsumen Yamaha memberikan inovasi baru terhadap produknya yang bertujuan untuk memengaruhi dan menciptakan keputusan pembelian. Berdasarkan Tabel 1.3 Yamaha memproduksi sepeda motor R15 yang berjenis *sport* yang menggunakan performa mesin teknologi *Variable Valve Actuating* (VVA) dan kapasitas mesin lebih besar dibanding pesaing sehingga menjadi yang paling bertenaga. Yamaha R15 memiliki fitur yang lebih lengkap dibanding dengan kompetitor sehingga lebih nyaman untuk digunakan sehari-hari (Apriliananda, 2017).

**Tabel 1.4**  
**Tabel Perbandingan Spesifikasi Motor *Matic***

Spesifikasi	Yamaha Gear	Honda Beat	Suzuki Nex II
Tipe Mesin	<i>Blue Core</i> , 4 tak, SOHC, berpendingin udara	eSp, 4 tak, SOHC, berpendingin udara	SEP, 4 tak, SOHC, berpendingin udara
Kapasitas Mesin	125 cc	110 cc	115 cc
Torsi Maks	9,5 Nm	9,3 Nm	8,5 Nm
Lampu <i>Hazard</i>	Ada	-	-
<i>Answer Back System</i>	Ada	-	-
<i>Functional Hook</i>	Ada	-	-

Sumber: AutonetMagz.com. (diakses 18 November 2022)

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.



Berdasarkan Tabel 1.4, Yamaha memproduksi sepeda motor Gear yang berjenis skuter *matic*. Yamaha juga menggunakan teknologi mesin *blue core*, *smart motor generation* pada beberapa produknya sehingga suara mesin lebih halus ketika dinyalakan dan memberikan pengalaman berkendara irit, bertenaga dan andal, yang juga dilengkapi fitur dengan lampu *hazard*, *answer back system* dan *functional hook* memiliki desain lebih *sporty* dan agresif sekaligus aerodinamika. Yamaha senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai tambah dibandingkan dengan produk pesaing (Katana, 2021).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas mengenai penjualan sepeda motor Yamaha yang belum mampu menempati posisi pertama di industri sepeda motor Indonesia, maka tertarik untuk meneliti lebih lanjut dikaitkan dengan variabel e-WOM dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Fenomena ini akan dituangkan dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada *Followers* Instagram @yamahaindonesia)”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *electronic word of mouth* (e-WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
3. Bagaimana kualitas produk sepeda motor Yamaha dengan para kompetitornya?
4. Apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?



### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan ruang lingkup pembahasan yang sangat luas, maka penulis dalam melakukan penelitian ini membatasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah *electronic word of mouth* (e-WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?

### D. Batasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek yang akan diteliti sepeda motor Yamaha.
2. Subjek penelitian adalah konsumen sepeda motor Yamaha sekaligus *followers* aktif Instagram @yamahaindonesia yang berusia minimal 17 tahun dan pernah berinteraksi dengan Yamaha melalui Instagram @yamahaindonesia minimal sebanyak dua kali. Interaksi berupa membaca, membalas komentar pengguna lain dan merekomendasikan sepeda motor Yamaha.
3. Variabel yang diteliti terdiri atas *electronic word of mouth* (e-WOM), kualitas produk dan keputusan pembelian.
4. Penelitian dilakukan pada bulan November 2022 sampai Maret 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Rumusan Masalah

- Ⓒ Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah *electronic word of mouth* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha?”.

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (e-WOM) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

## G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan informasi bagi PT. Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* untuk memahami tingkat *electronic word of mouth* (e-WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mempertambah berbagai ilmu pengetahuan, memberikan manfaat yang positif bagi semua pihak dan menjadi bahan sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui peran *electronic word of mouth* (e-WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas untuk penulis, sehingga penulis dapat menciptakan karya-karya lain yang lebih baik lagi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.