



BAB I PENDAHULUAN

© Hak Cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk kualitas produk yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Melalui riset ini akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha di Jakarta. Ketertarikan pemilihan produk tersebut karena Kendaraan Bermotor Yamaha semakin diminati oleh seluruh kalangan anak muda. Gaya hidup modern merupakan salah satu faktor individu yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.

Menurut Swasta & Handoko dalam Adnan (2018) perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Griffin dalam Hanum & Hidayat (2017) perilaku konsumen adalah semua kegiatan psikologi yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

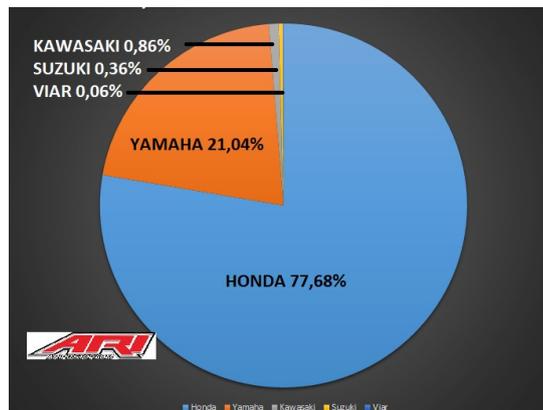
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan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

Menurut Kotler & Keller dalam Muhammad Rasyid Ridho Lubis (2019)

penilaku konsumen menjelaskan tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Gambar 1.1

Statistik penjualan Motor di Indonesia tahun 2021



Sumber: www.aripsisstop.com (Januari 16, 2022)

Prestasi yang baik diraih oleh Honda yang mampu berada di posisi pertama. Tentusaja perusahaan Yamaha tidak tinggal diam. Perusahaan Yamaha akan melakukan evaluasi untuk menyusul penjualannya.

Perusahaan Yamaha adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang sektor produksi otomotif yang salah satunya memproduksi roda dua. Yamaha juga tidak akan terlepas dari persaingan yang semakin tajam khususnya dalam industri otomotif karena banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Oleh karena itu dalam melaksanakan kegiatan penjualannya perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perkembangan media sosial saat ini juga sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dipadukan dengan kemajuan ponsel pintar. Semua usia sekarang memiliki ponsel pintar, dari muda hingga tua, hampir rata-rata ponsel menawarkan kemudahan dan layanan penuh. YouTube menjadi salah satu media iklan saat ini. Banyak perusahaan besar seperti Yamaha menggunakan YouTube untuk menawarkan produk yang dijual. Kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali di identikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan jaman. Maka niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran diantaranya melalui promosi YouTube. Kegiatan promosi YouTube Kendaraan Bermotor Yamaha diantaranya dapat dilakukan melalui YouTube.

Sejalan dengan hal diatas keputusan konsumen dalam pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk dan melalui promosi YouTube yang menarik.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan adalah sejauh mana kualitas produk dan promosi YouTube berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha pada masyarakat.

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Maka berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk menyajikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi YouTube Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Jakarta”

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.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha di Jakarta ?
2. Apakah promosi YouTube mempengaruhi keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha di Jakarta ?

C. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian ini adalah Kendaraan Bermotor Yamaha.
2. Tempat penelitian ini berdomisili di Jakarta.
3. Periode penelitian dimulai dari bulan Januari 2022 sampai dengan Agustus 2022.

D. Rumusan Masalah

Mengacu pada batasan masalah dan batasan penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Jakarta”.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha di Jakarta.
2. Untuk mengetahui apakah promosi YouTube berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha di Jakarta.



F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

Untuk perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pembelajaran mengenai bagaimana kualitas produk dan promosi YouTube dapat mempengaruhi keputusan pembelian kendaraan bermotor Yamaha. Hal ini dapat bermanfaat sebagai masukan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan apa saja yang akan diambil di kemudian hari. Tentunya penelitian ini akan membantu perusahaan untuk terus berkembang menjadi lebih baik lagi.

Untuk penulis

Bagi penulis, penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi YouTube terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih luas lagi kepada penulis, sehingga penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi di kemudian hari.

Untuk pembaca

Untuk pembaca, penelitian ini dapat berguna sebagai bacaan yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi YouTube terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini juga bisa menjadi acuan bagi penelitian lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut secara mendalam.

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