

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini semakin maju terutama dunia otomotif di Indonesia yang sudah berkembang sangat drastis. Dilihat jumlah populasi penduduk yang banyak di Indonesia, maka membuat Indonesia menjadi suatu pasar yang berpotensi besar bagi industri transportasi. Perusahaan dituntut memiliki suatu keunikan tersendiri untuk memikat para konsumen untuk mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada. Berbagai macam produk, sepeda motor dihadirkan untuk mempermudah masyarakat dalam mobilitas berkegiatan sehari-hari, baik dari kalangan muda maupun kalangan tua memiliki dan membutuhkan sepeda motor, sehingga masyarakat berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan sepeda motor untuk mobilitas kebutuhan mereka maupun sebagai kepuasan keinginan mereka. Saat ini sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi para konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya yaitu faktor nilai dan manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam membeli produk tersebut (Sitompul, 2023).

Kegunaan sepeda motor bukan hanya sebagai alat transportasi bagi masyarakat namun, sepeda motor sudah menjadi bagian dari hobi dan gaya hidup bagi masyarakat, bahkan sepeda motor bisa mengantarkan masyarakat pada prestasi tertentu yang membanggakan. Sepeda motor juga merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah saat digunakan untuk menghindari kemacetan baik dalam kota maupun luar kota (Permana, 2019). Saat ini permintaan konsumen terhadap sepeda motor semakin hari semakin mengalami peningkatan, dengan banyaknya minat masyarakat maka dapat menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Pertumbuhan sepeda motor matic saat ini mengalami peningkatan, Motor matic sendiri merupakan salah satu motor idaman bagi semua Masyarakat. Kelebihan motor matic dibanding dengan motor tipe lainnya yaitu motor matic lebih irit dalam

penggunaan bahan bakar dibandingkan dengan motor manual, seperti sepeda motor Yamaha nmax konsumsi bahan bakar rata-rata 44km/liter sedangkan motor Honda CBR150 konsumsi bahan bakarnya rata-rata 42,1km/liter. Sehingga memudahkan masyarakat dalam menggunakan kehidupan sehari-hari dan perawatan motor matic sangat mudah.

Menurut Databoks (2023) Indonesia merupakan pasar sepeda motor terbesar di Asia Tenggara. Terbukti dengan tren penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2023 masih menjadi tertinggi di Asia tenggara sampai saat ini di dukung dengan data federasi otomotif ASEAN mengungkapkan bahwa sepeda angka penjualan sepeda motor di Indonesia mencapai 6.524.244 unit sepanjang 2023. Sebagai salah satu pasar sepeda motor terbesar, persaingan di pasar sepeda motor Indonesia sangat kompetitif. Kondisi ini membuat perusahaan bersaing menciptakan sepeda motor yang nyaman dan sporty saat digunakan.

Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) adalah perusahaan otomotif yang memproduksi jenis kendaraan sepeda motor roda dua dan salah satu produsen sepeda motor terbesar berada di Indonesia yang berasal dari Jepang, Perusahaan Yamaha juga merupakan salah satu produk otomotif yang sudah lama berada di Indonesia. Perusahaan Yamaha selalu berusaha menjual produk dengan kualitas yang sangat tinggi dan mempunyai nilai dengan dibandingkan dengan kompetitornya yang lain. Seperti yang kita lihat perusahaan Yamaha selalu berinovasi dengan menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Adapun data penjualan sepeda motor dari tahun 2015 hingga 2019 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

Data penjualan sepeda motor dari tahun 2015-2022

Merek			Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki	TVS	Total
Daftar Pejualan	2015	Unit	4.453.888	1.798.630	115.008	109.882	2.747	6.480.155
	2016	Unit	4.380.888	1.394.078	97.622	56.824	1.873	5.931.285
	2017	Unit	4.385.888	1.348.211	78.637	72.191	1.176	5.886.103
	2018	Unit	4.759.202	1.455.088	89.508	78.982	331	6.383.111

Merek			Honda	Yamaha	Kawasaki	Suzuki	TVS	Total
	2019	Unit	4.910.688	1.434.217	71.861	69.766	898	6.487.430
	2020	Unit	4.920.365	1.240.302	55.537	45.980	1.243	6.263.427
	2021	Unit	3.928.788	1.063.866	43.540	18.380	2.942	5.057.516
	2022	Unit	4.254.395	1.020.433	40.420	16.480	2.650	5.334.378

Sumber : <https://warungasep.net/> (2015-2022)

Pada tabel 1.1 Sepeda motor Yamaha masih kalah dengan sepeda motor Honda bahkan sangatlah jauh perbandingannya. Perusahaan Yamaha sendiri mengalami ketidakstabilan dalam penjualan bahkan cenderung turun. Terbukti dari data di atas perusahaan Yamaha mengalami penurunan dari sebelumnya ditahun 2015 penjualan mencapai 1.798.630unit dalam setahun namun, ditahun 2016 hanya 1.349.078 dan pada tahun 2017 1.348.211unit lalu sempat naik pada tahun 2018 dengan 1.455.088unit namun di tahun 2019 mengalami penurunan lagi hanya mampu menjual 1.434.217 bahkan pada tahun 2022 data menurut AISI sepeda motor Yamaha hanya mampu menjual sebanyak 1.020.433unit sangat jauh dari tahun 2019. Hal ini dikarenakan sedikitnya varian baru yang di produksi oleh Yamaha dan banyak nya produk baru yang di luncurkan oleh para pesaing.

Melihat dari tabel 1.1 dapat diperhatikan bahwa sepeda motor yang terlaris merupakan sepeda motor buatan asal negeri sakura Jepang dan rata-rata merupakan sepeda motor buatan Honda dan Yamaha. Kedua perusahaan otomotif tersebut saling berlomba untuk menjadi yang terbaik di Indonesia. Tak heran jika setiap sepeda motor dari kedua perusahaan tersebut memiliki karakteristik yang sama. Dalam melakukan persaingan perusahaan Yamaha membuat sepeda motor Yamaha Nmax. Yamaha Nmax merupakan sepeda motor matic premium. Yamaha Nmax diluncurkan pertama kali oleh perusahaan Yamaha pada tahun 2015. Peluncuran Yamaha Nmax tersebut adalah sebagai pesaing yang sepadan dengan pesaingnya yaitu Honda PCX yang telah diluncurkan oleh pesaing sebelum Yamaha Nmax ini. Yamaha nmax merupakan jajaran skuter matic sporty yang mempunyai bodi yang besar dan desain yang sangat elegan (Lodra, 2020).

Keputusan pembelian merupakan hal yang penting dalam eksistensi suatu perusahaan. Setiap perusahaan pasti membutuhkan keputusan pembelian yang

tinggi yang dilakukan oleh konsumen supaya dapat menjual produk sebanyak-banyaknya dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan tersebut. Dengan tingginya keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan diharapkan dapat mempengaruhi penjualan bisnis perusahaan. Namun, untuk mencapai keputusan pembelian yang tinggi sangat tidak mudah, konsumen sebelum memutuskan membeli banyak melakukan pertimbangan seperti pertimbangan kualitas produk dan harga produk yang ingin dibelinya (Zano, 2019).

Pengambilan keputusan pembelian, setiap individu satu dengan yang lain pasti berbeda-beda. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Saat ini, banyaknya pilihan sepeda motor saat ini memaksa konsumen harus lebih cermat dalam memutuskan untuk membeli sepeda motor yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen dalam membeli.

Fenomena yang diperhatikan dalam penelitian ini adalah penjualan sepeda motor Yamaha Nmax mengalami penurunan dalam beberapa tahun belakang. Menurut Executive Vice Presiden PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) Dyonisius Beti mengatakan Penyebab turunnya penjualan karena meningkatnya DP setiap pembelian sepeda motor Yamaha, banyaknya produk yang cacat lolos quisy pada setiap sepeda motor sehingga banyak sepeda motor yang mengalami beberapa masalah. dan persaingan harga dengan produk pesaing. Di Indonesia terdapat banyak perusahaan sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan masih banyak lagi. Para konsumen pasti memilih harga yang terjangkau dan memiliki kualitas produk yang bagus sehingga perusahaan sepeda motor di Indonesia mengalami persaingan harga. Adapun penjualan sepeda motor Yamaha Nmax dapat dilihat pada

**Table 1.2**

**Penjualan Sepeda Motor Yamaha Nmax**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (unit)</b>
<b>2015</b>	<b>80.286</b>
<b>2016</b>	<b>254.826</b>
<b>2017</b>	<b>188.173</b>
<b>2018</b>	<b>199.862</b>
<b>2019</b>	<b>239.834</b>
<b>2020</b>	<b>180.488</b>
<b>2021</b>	<b>136.093</b>
<b>2022</b>	<b>102.566</b>

Sumber: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/penjualan-yamaha-n-max>.

Berdasarkan tabel 1.2 penjualan sepeda motor Yamaha Nmax awal kemunculannya 2015 hingga 2016 mengalami peningkatan penjualan yang cukup pesat. Pada awal kemunculannya tahun 2015 sepeda motor Yamaha Nmax sudah berhasil mencuri perhatian konsumen berhasil menjual 80.286 unit. Pada tahun 2016 penjualan sepeda motor Yamaha Nmax mengalami kenaikan yaitu berhasil menjual 254.826 unit. Hal ini dikarenakan antusias konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nmax sebagai salah satu pilihan sepeda motor matic premium. Namun pada tahun 2017-2018 sepeda motor Yamaha Nmax mengalami penurunan dikarenakan menurunnya kondisi perekonomian dan turunnya daya beli konsumen terhadap Yamaha Nmax. Tetapi pada tahun 2019 sepeda motor Yamaha Nmax mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu terjual 239.834 unit. Namun dalam beberapa tahun terakhir sepeda motor Yamaha Nmax mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis yaitu 102.566 unit ditahun 2022.

Kualitas produk menjadi salah satu acuan perusahaan dalam menjual produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Dalam keadaan saat ini produk yang berkualitas mempunyai nilai yang lebih dibanding dengan produk pesaing. Perusahaan harus dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen dan bisa bersaing dengan produk pesaing.

Kualitas yang dapat diberikan pada perusahaan transportasi adalah kualitas fitur dan keunggulan yang diberikan pada transportasi tersebut. Semakin bagus fitur dan keunggulan yang diberikan maka semakin yakin konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas sepeda motor Yamaha terus ditingkatkan dengan memproduksi sepeda motor dengan teknologi yang mutakhir terbaru dari produknya seperti teknologi *fuel injection* dan *blue core* sehingga sepeda motor Yamaha memiliki keunggulan tersendiri dibanding dengan kompetitornya. Dengan memberikan kualitas yang baik perusahaan Yamaha berharap dapat bersaing dengan para kompetitornya dan menjadi pilihan utama konsumen dalam membeli sepeda motor (Susanto, 2019).

Perusahaan Yamaha dalam meningkatkan kualitas produknya membangun sepeda motor Nmax ini menggunakan teknologi *VVA (variabel valve actuation)* untuk menjaga tenaga danorsi maksimum pada mesin sepeda motor Yamaha Nmax. Yamaha Nmax ini juga dilengkapi juga fitur Y-connect yang berfungsi sebagai pengendara untuk memantau kondisi motor melalui smartphone, seperti memantau kondisi aki dan oli mesin, mengetahui lokasi parkir terakhir, dan mengecek konsumsi bahan bakar. Sejauh ini fitur Y-connect hanya ada di sepeda motor Yamaha dan tidak dimiliki oleh para pesaing. Dengan hadirnya Yamaha Nmax dengan segala keunggulan teknologi dan kualitas yang diberikan oleh Yamaha Nmax dapat menjadi ancaman untuk para pesaing.

Membeli sebuah barang pelanggan akan dengan teliti mencari informasi-informasi terkait kualitas barang yang nantinya akan pelanggan beli. Salah satu penyebab menurunnya penjualan adalah kualitas produk. Walaupun kualitas produk yang diberikan oleh Yamaha Nmax sudah bagus dan sangat modern. Namun, ada beberapa kualitas yang cacat dan lolos QC yang dilakukan oleh perusahaan. Walaupun hanya beberapa kualitas produk nya yang dianggap kurang namun itu sangat berpengaruh terhadap penjualan. Kualitas produk pada sepeda motor Yamaha Nmax kurang diperhatikan seperti suspensi yang diberikan sangatlah keras Zulfikar (2022). Melihat dari kualitas produk yang diberikan sepeda motor Yamaha Nmax, maka terdapat kemungkinan para pelanggan mencari kualitas yang lebih baik dari para pesaing. Hal ini menyebabkan penjualan sepeda motor Yamaha Nmax menurun sedangkan pesaingnya seperti sepeda motor Honda mengalami kenaikan karena dari segi kualitas produk yang diberikan sepeda motor Honda lebih baik.

Kualitas produk memiliki 8 dimensi yang harus diketahui, 8 dimensi ini seperti *performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, perceived quality*. Sekelas perusahaan sepeda motor Yamaha tentu memiliki standart kualitas yang baik untuk produk nya sehingga perusahaan sepeda motor Yamaha tetap dapat bersaing dengan para kompetitor. Sepeda motor Yamaha Nmax memiliki feature yang cukup memadai dan menarik seperti feature rem ABS dual channel. ABS ini singkatan dari *Anti-lock braking system* tujuannya untuk mencegah roda terkunci saat melakukan pengereman secara mendadak. ABS sendiri membuat para pengguna sepeda motor Yamaha Nmax merasa aman dan system ABS ini terbukti mencegah para pengendara terpelanting. Tidak hanya system ABS saja pada sepeda motor Yamaha Nmax turut dibantu dengan teknologi *Traction Control System (TCS)*. TCS ini merupakan feature yang dulu hanya digunakan oleh sepeda motor gede. TCS sendiri berguna untuk menurunkan resiko ban selip saat sepeda motor melaju di jalan yang licin. Sehingga system TCS dapat menurunkan potensi terjadinya kecelakaan. Sepeda motor Yamaha Nmax juga memiliki *performance* yang cukup untuk dikendarai setiap harinya. Sepeda motor Yamaha Nmax memiliki teknologi blue core dan *Variable Valve Actuation (VVA)*

menjaga mesin menjadi lebih efisien dalam penggunaan bahan bakar dan menghasilkan tenaga dan torsi maksimum disetiap putaran mesinnya.

Kotler & Amstrong (2008) mengatakan bahwa harga merupakan total uang yang diminta terkait suatu hasil barang atau dari hasil yang diberikan oleh pembeli guna mendapatkan segala manfaat dari produk atau jasa. Harga juga sangat berperan penting sebagai penentu utama oleh masyarakat, karena masyarakat akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga harus berorientasi pada konsumen. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini bukan harga yang murah atau mahal. Namun harga yang dimaksud yaitu harga yang terjangkau atau tidak terjangkau. Harga yang terjangkau adalah dimana nilai manfaat yang diberikan oleh suatu produk dengan harga yang diberikan sesuai dan diterima oleh konsumen. Sehingga semakin harga terjangkau harga produk maka semakin banyak keputusan pembelian pelanggan terhadap produk akan semakin besar (Sylvia dan Mailiana, 2020).

Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya (Hurriyati, 2015). Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen. Perusahaan menetapkan harga karena memikirkan berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan kualitas produk yang ada. Harga menjadi salah satu penyebab turunnya penjualan sepeda motor Yamaha Nmax dikarenakan persaingan harga yang dimana para kompetitor banyak memberikan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang sama baiknya. Contoh sampel yaitu sepeda motor dengan motor matic besar yang dimana para pesaingnya seperti Honda Vario dan PCX memasang harga dibawah sepeda motor Yamaha Nmax. Hal tersebut membuat para pelanggan yang mulai beralih ke produk yang lebih terjangkau tentunya ditambah dengan kualitas yang sama. Untuk melihat perbandingan harga sepeda motor dapat dilihat dari tabel dibawah.



**Tabel 1.3**

**Harga Sepeda Motor di Indonesia**

<b>Merek Sepeda Motor</b>	<b>Harga</b>
Yamaha Aerox 155 Connected ABS	Rp. 32.155.000
Yamaha Aerox 155 Cybercity	Rp. 28.530.000
Honda PCX 160 CBS	Rp. 31.729.000
Honda PCX 160 ABS	Rp. 35.160.000
Yamaha Lexi 155 Connected ABS	Rp. 30.355.000
Yamaha Lexi 155 S Version	Rp. 27.305.000
Yamaha Nmax 155 Connected ABS	Rp. 35.750.000
Yamaha Nmax 155 Connected	Rp. 32.875.000
Yamaha Nmax 155 Connected Standart	Rp. 31.615.000

Sumber: <https://www.oto.com/berita-motor/update-harga-terbaru-motor-matik-150-160-cc-per-juli-2023>

Pada tabel 1.3 bisa disimpulkan bahwa harga yang dipatok oleh sepeda motor Yamaha Nmax relative lebih besar dibanding para kompetitornya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemikiran pelanggan bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan Yamaha dapat memenuhi ekspektasi konsumen seperti psikis, energi, dan waktu. Dari segi psikis walaupun sepeda motor Yamaha Nmax memiliki harga yang cukup mahal namun sepeda motor Yamaha Nmax memiliki body yang cukup kokoh membuat para pelanggan lebih pede saat mengendarain sepeda motor Yamaha Nmax. Pada beberapa model sepeda Nmax juga sudah memiliki feature yang cukup bagus dibanding dengan sepeda motor lainnya sehingga membuat sepeda motor Yamaha Nmax leih keliatas elegan dan aman untuk dikendarainnya. Walaupun banyak keluhan dari sebagian konsumen dan calon konsumen. Namun hal tersebut harus jadi kebanggan bahwa sepeda motor Yamaha Nmax berhasil memberikan sensasi baru kepada konsumen yaitu dengan memberikan feature yang bagus dibanding para pesaingnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk mengangkat tentang bagaimana penting pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax. Maka dari itu penulis akan mengangkat dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha Nmax terus mengalami penurunan. Oleh karena itu, upaya Yamaha untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Yamaha Nmax dengan cara melakukan riset yang akan menjawab pertanyaan berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di kota Malang?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di kota Malang?
3. Manakah yang lebih dominan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di kota Malang.
3. Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan antara pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di kota Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Praktis

###### a) Bagi Perusahaan

Riset ini ditunjukkan bisa dipakai untuk perusahaan Yamaha sendiri sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam memperbaiki dan meningkatkan dalam kualitas produk serta menyesuaikan harga sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk sepeda motor Yamahatersebut.

###### b) Bagi Akademisi

Riset ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka kualitas produk dan harga serta dapat dijadikan sebagai dasar referensi riset berikutnya yang berkaitan dengan bidang manajemen pemasaran tentang analisis pengaruh kualitas produk penerapan teori-teori tentang harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Kota Malang.

