

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian adalah dimana seorang individu memecahkan suatu masalah dengan memilih alternatif perilaku dan dengan mengambil langkah pertama dalam proses pengambilan keputusan yang dianggap sebagai tindakan pembelian yang paling tepat menurut Marbun et al., (2022). Namun, ketika mengambil keputusan tersebut dengan mempertimbangkan bagaimana keputusan itu dibuat atau langkah-langkah yang terlibat dalam pengambilan keputusan tersebut, seseorang harus memiliki pilihan lain yang tersedia baginya ketika membuat keputusan tersebut (Nurfauzi et al., 2023).

Persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian jika dipersepsikan dengan baik oleh pelanggan atau konsumen, dimana pada saat bertransaksi atau berkunjung ke calon konsumen, konsumen membandingkan harga suatu produk dengan harga perusahaan lain yang ada dan jika ia menemukan bahwa produk tersebut lokasi dapat memberikan harga yang sesuai dengan anggaran yang tersedia, harapan konsumen dan spesifikasi produk yang diinginkan, maka akan terjadi keputusan pembelian (Winasis et al., 2022). Produk yang berkualitas tinggi menjadi pilihan utama dalam keputusan pembelian konsumen, hal ini diyakini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, tidak hanya dilihat dari tampilan produk saja, banyak hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Giovana Asti et al., 2021). Pelayanan yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa yang diberikan,

hal ini dapat dipicu oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, seperti penjelasan produk yang baik, sikap ramah penjual dalam melayani konsumen, dan lain-lain (Hartono et al., 2022). Respon yang baik jika ada pertanyaan atau keluhan datang dari konsumen dengan informasi mengenai produk yang ditawarkan dan lain sebagainya. Kebiasaan membeli suatu produk atau pengalaman orang disekitarnya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk tersebut, sehingga jika konsumen mempunyai pengalaman yang baik terhadap produk tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian berikutnya atau menyuruh orang disekitarnya untuk membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian hasil dari interaksi kompleks antara variabel-variabel ini. Persepsi harga, persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan, dan pengalaman merupakan elemen-elemen yang saling terkait dan dapat berdampak pada keputusan pembelian seseorang. Pemahaman yang baik tentang bagaimana variabel-variabel ini saling berinteraksi dapat membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan mereka. Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen mempertimbangkan banyak faktor, yang mempunyai keunggulan dalam persaingan adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman konsumen yang berperan penting dalam keberhasilan operasional bisnis (Afwan el a., 2019).

Dengan begitu banyak variabel yang terlibat, keberhasilan operasional bisnis harus melakukan riset pasar yang cermat dan memahami konsumen

mereka dengan baik. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen mereka. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pemahaman yang mendalam tentang variabel-variabel seperti persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan dalam menjual produk atau jasa kepada konsumen yang semakin cerdas dan beragam.

Dampak persaingan bisnis yang ketat juga terasa di Showroom Dido Motor Blitar, sebuah showroom sepeda motor yang telah beroperasi sejak tahun 2001. Showroom Dido Motor telah membangun basis pelanggan yang solid, termasuk konsumen individu, perusahaan, dan komunitas sepeda motor. Meskipun telah berhasil mempertahankan pelanggan setianya, perubahan dalam dinamika industri sepeda motor, seperti munculnya pesaing baru dan perubahan dalam preferensi konsumen, memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks lokal ini. Dengan persaingan yang semakin ketat, penting untuk Showroom Dido Motor untuk terus memahami dan merespons perubahan-perubahan ini guna menjaga daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka di Blitar.

Keputusan pembelian dapat terlihat dari pelanggan melakukan pembelian sepeda motor bekas. Terdapat pelanggan Dido Motor di Blitar yang melakukan pembelian sepeda motor bekas. Berikut data keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Dido Motor di Blitar diambil dari 10 konsumen.

Tabel 1.1
Data Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas pada Dido Motor

No	Nama Responden	Usia	Alasan Pembelian	Kepuasan Produk
1	Paiman	60	Harga Terjangkau	Memuaskan
2	Budi	32	Kualitas Bagus	Sangat Memuaskan
3	Cindi	25	Harga Terjangkau	Memuaskan
4	Dian	29	Performa Cepat	Memuaskan
5	Eka	31	Harga Terjangkau	Sangat Memuaskan
6	Agus	45	Kualitas Bagus	Sangat Memuaskan
7	Gita	30	Harga Terjangkau	Memuaskan
8	Hadi	35	Kualitas Bagus	Memuaskan
9	Ika	28	Harga Terjangkau	Sangat Memuaskan
10	Joko	33	Performa Cepat	Memuaskan

Sumber : Showroom Dido Motor Blitar, 2023.

Tabel 1.1 di atas merupakan representasi keputusan pembelian sepeda motor bekas oleh 10 responden yang berbelanja di Dido Motor, Blitar. Tabel ini mencakup beberapa aspek penting terkait dengan keputusan pembelian, yaitu usia responden, alasan utama pembelian, dan kepuasan terhadap produk. Usia responden memiliki peran dalam menentukan preferensi pembelian sepeda motor bekas. Dari tabel, terlihat bahwa usia responden bervariasi, mulai dari 25 hingga 60 tahun. Alasan pembelian menjadi faktor penting yang mendorong keputusan pembelian. Beberapa responden memilih sepeda motor

bekas di Dido Motor karena harga terjangkau, sementara yang lain lebih mengutamakan kualitas bagus, desain menarik, atau performa cepat.

Penting pula untuk mencermati tingkat kepuasan pelanggan. Melalui tingkat kepuasan yang tinggi dari sebagian besar responden, Dido Motor dapat mengonfirmasi bahwa produk dan layanan mereka telah memenuhi harapan pelanggan. Namun, mungkin juga perlu dianalisis apakah ada area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang lebih lanjut. Melalui penelitian yang lebih mendalam dan analisis data yang lebih rinci, kita dapat memberikan wawasan yang lebih tajam bagi Dido Motor dalam mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mempertahankan dan memperluas pangsa pasar mereka di Blitar.

Teori perilaku konsumen adalah dasar konsep yang merinci bagaimana individu membuat keputusan dalam memilih harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman dalam konteks manajemen pemasaran. Tujuan dari teori perilaku konsumen adalah untuk diterapkan pada bisnis (Nafiah et al., 2017). Penerapan teori ini dilakukan dalam strategi pemasaran agar produk yang diluncurkan dapat diterima oleh pasar. Perilaku seluruh konsumen dipelajari agar produsen atau pemasar produk dapat Dalam beberapa hal, konsumen dapat diajak untuk membeli barang dan/atau jasa.

Penggunaan teori perilaku konsumen sangat penting untuk menggambarkan hubungan antara persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas di Dido Motor di Blitar. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh

berbagai faktor yang mencakup persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman yang mereka alami, dengan fokus pada bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk atau layanan tertentu. Dalam konteks sepeda motor bekas, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan manfaat terbesar dengan mempertimbangkan harga yang mereka bayarkan, serta memperhatikan kualitas produk, pelayanan yang diberikan, dan pengalaman sebelumnya yang memengaruhi persepsi mereka terhadap merek atau penjual. Oleh karena itu, teori perilaku konsumen membantu menjelaskan bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan berperan dalam pembentukan preferensi konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor bekas di Dido Motor di Blitar.

Peneliti tertarik untuk memastikan secara lebih spesifik lagi apakah variabel variabel independen yang digunakan ini dapat mempengaruhi secara positif atau negatif terhadap keputusan pembelian. Setelah dilakukannya penelitian ada yang menyebutkan berpengaruh positif dan ada juga yang menyebutkan berpengaruh negatif. Hal ini dimungkinkan oleh sampel penelitian yang kurang memenuhi syarat yang berakibat pada tidak konsistennya hasil penelitian. Oleh karena itu penelitian tertarik untuk melakukan pengujian ulang dari penelitian sebelumnya yang merujuk pada penelitian dari Mahendra. Perbedaanya terdapat pada objek lokasi yang diteliti dan perubahan dalam variabel independen sehingga hal tersebut akan melengkapi penelitian sebelumnya. Penelitian akan berfokus pada bagaimana

persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman berpengaruh pada keputusan pembelian. Kami akan meneliti pelanggan Dido Motor untuk memahami faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian. Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Layanan, dan Pengalaman terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas pada Showroom Dido Motor di Blitar.**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar?
2. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar?
3. Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar?
4. Apakah pengalaman berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar?

A. Tujuan Penelitian

- 1 Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar.
- 3 Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar.

- 4 Untuk mengetahui pengaruh pengalaman terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas pada Showroom Dido Motor Blitar.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan yang ada dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang mempelajari tentang pengaruh persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan pengalaman terhadap keputusan pembelian. Peneliti berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan membantu memberikan wawasan dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dunia praktis sebagai acuan kebijakan persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman khususnya bagi showroom motor bekas yang ada maupun Dido Motor di Blitar sendiri. Dengan harapan dapat membawa kemajuan dan pandangan para pihak bersangkutan ke arah yang lebih baik di masa depan.