

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia mengalami kemajuan yang cepat dan pesat, salah satunya dari sektor transportasi. Meningkatnya kesibukan dan mobilitas yang menuntut masyarakat untuk memiliki kendaraan sendiri. Hampir semua masyarakat memiliki kendaraan untuk memenuhi kebutuhan transportasi dan kebanyakan kendaraan yang sering digunakan berupa sepeda motor (Soewito, 2013). Masyarakat berfikir bahwa menggunakan kendaraan roda dua lebih praktis dan lebih cepat sampai tujuan. Sebagian besar orang lebih memilih berpergian menggunakan motor dibandingkan dengan kendaraan lain karena alasan untuk efisiensi waktu, lebih hemat, serta harga yang jauh lebih murah. (Tribunnews.com, 2018)

Keunggulan tersebut membuat persaingan pasar sepeda motor di Indonesia semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mau tidak mau membuat produsen sepeda motor untuk terus berinovasi agar menjadi pilihan konsumen. Beberapa produsen sepeda motor dengan merek yang terkenal seperti : Yamaha, Suzuki, Vespa, Kawasaki (Sagarawanti & Hidayat, 2018).

Persaingan pasar beberapa merek sepeda motor tersebut sangat ketat. Salah satu perusahaan sepeda motor yang sudah dikenal masyarakat adalah Honda. Perusahaan ini didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Keunggulan teknologi Honda Motor diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin “bandel” dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis. (astra-honda.com, th??)

Tidak heran, jika harga jual kembali sepeda motor Honda tetap tinggi. AHM memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang kebutuhan para pemakai sepeda motor di Indonesia, berkat jaringan pemasaran dan pengalamannya yang luas. AHM juga mampu memfasilitasi pembelian dan memberikan pelayanan purna jual sedemikian rupa sehingga brand Honda semakin unggul. Salah satu produk sepeda motor baru yang diunggulkan Honda adalah All New Honda PCX 150.

Salah satu kota yang ditargetkan oleh dealer Honda Motor yakni masyarakat Kota Bandar Lampung dimana banyak masyarakatnya kini telah memiliki kendaraan All New Honda PCX 150 (Tribun Lampung, th) . Dari kalangan pelajar, mahasiswa, pegawai maupun ibu rumah tangga dikarenakan memiliki sepeda motor kini seolah menjadi hal yang diharuskan untuk memenuhi kebutuhan akan mobilitas yang tinggi.

Dalam hal ini, Honda memiliki produk unggulan yaitu PCX. Pada dasarnya All New Honda PCX 150 diciptakan oleh perusahaan untuk menyesuaikan apa yang sedang menjadi kebutuhan di mata konsumen saat ini. All New Honda PCX 150 hadir sebagai skutik performa tinggi dengan keunggulan dari pengembangan mesin 150cc. All New Honda PCX 150 hadir semakin canggih melalui fitur Idling Stop System (ISS) menjadikan model ini menghasilkan konsumsi BBM teririt di kelasnya, yaitu sebesar 46,9 km/liter (metode ECE R40 Euro 3) dengan hasil emisi gas buang yang lebih baik dari standar emisi EURO 3, dan beberapa keunggulan mulai dari ukuran bodi yang pas dengan ukuran ban yang besar (depan 90/80 dan belakang 100/80), memiliki velg baru dengan desain sporty.

Selain beberapa kelebihan diatas, Honda PCX juga memiliki keunggulan yang tidak semua produk memilikinya, seperti: desain yang unik, *smartkey system* untuk keamanan kendaraan, bagasi yang super besar, pengisian daya ponsel dengan daya maksimal 12W, memiliki panel indikator full digital

dengan tampilan canggih dan informasi lengkap tentang trip meter indikator (Astra-honda, 2019).

Terdapat dua pilihan tipe Honda PCX, yaitu ABS (Anti-lock Breaking System) dan CBS (Combi Break System) dan dipasarkan dengan kisaran harga Rp 28.000.000,- hingga Rp 32.000.000,-. Berikut tampilan atau desain All New Honda PCX 150:

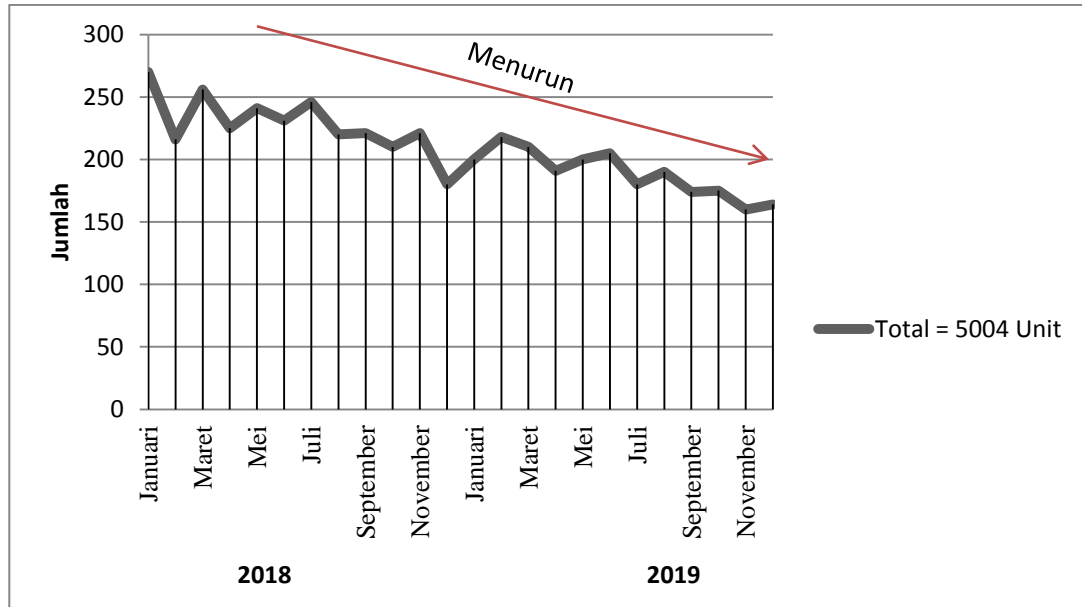


Gambar 1.1 Desain Produk All New Honda PCX 150

Walaupun masih tergolong keluaran baru, sepeda motor All New Honda PCX 150 dinobatkan sebagai Bike of the Year pada ajang penghargaan Otomotif Award 2018. Selain sebagai Bike of the year, All new Honda PCX meraih penghargaan Best of Best Skutik dan Best of skutik 150cc. Sumber (astra-honda.com, 2018)

Walaupun memiliki berbagai keunggulan dan telah mendapat penghargaan, tetapi tren penjualan All New Honda PCX 150 di Bandar Lampung tahun 2018 cenderung menurun. Berikut data mengenai penjualan sepeda motor All New Honda PCX 150 pada tahun 2018:

Grafik 1.1 Daftar Penjualan Sepeda Motor Honda PCX 150 di Kota Bandar Lampung



Sumber : Bintang Motor, 2020

Fenomena penurunan jumlah penjualan sepeda motor All New Honda PCX walaupun memiliki beberapa keunggulan dan penghargaan menarik untuk diteliti mengenai hal-hal apa yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli All New Honda PCX 150. Berdasarkan penelitian dari Fattah & Muhammad, citra merek dan desain produk mempengaruhi pembelian, hal ini juga dimungkinkan terjadi di produk All New Honda PCX 150.

Penelitian ini penting untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan desain produk sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung yang dari tahun 2018 hingga 2019 terus mengalami penurunan. Setelah diketahui pengaruh persepsi harga dan desain produk, dapat diberikan rekomendasi tentang penggunaan variabel mana yang masih mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung.

Kotler & Armstrong (2008) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi

mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif. Keputusan pembelian sangatlah penting. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Untuk melihat keputusan pembelian Honda PCX di Bandar Lampung, dilakukan pra survey terhadap 30 orang pengguna PCX di Bandar Lampung dan didapat alasan membeli Honda PCX adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Hasil prasurvey pengguna Honda PCX di Bandar Lampung

No.	Faktor yang mempengaruhi	Jumlah	Persentase
1	Desain	28	34,1%
2	Harga	25	30,5%
3	Performa	16	19,5%
4	Kenyamanan	8	9,8%
5	Citra Merek	4	4,9
6	Fitur	1	1,2%
	Jumlah	82	100%

Sumber : data primer olahan penulis.

Faktor teratas yang mempengaruhi keputusan pembelian motor Honda PCX adalah persepsi harga. Penetapan harga adalah keputusan yang benar-benar menunjang keberhasilan operasi perusahaan baik secara profit maupun non profit. Apabila perusahaan menetapkan harga dengan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka konsumen tersebut akan menjatuhkan pilihannya pada produk tersebut (Ferdinand & Nugraheni, 2012).

Pengertian dari persepsi menurut Schiffman & Kanuk (2007) adalah suatu proses pada seseorang dalam melakukan penyeleksian, mengorganisasikan, dan menerjemahkan informasi yang datang menjadi suatu gambaran menyeluruh. Sedangkan harga menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan

satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya, sehingga persepsi harga didefinisikan sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan biaya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara persepsi harga dengan keputusan pembelian. Penelitian Yosep (2013) menunjukkan bahwa persepsi harga yang ada dalam benak konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk cat Mowilex. Hal senada ditemukan oleh Samosir dan Prayoga (2015) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk membeli produk Enervon-C sangat berkaitan dengan persepsi tentang harga produk tersebut. Menurut Harjati dan Venesia (2015) persepsi harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian dikarenakan harga akan membuat konsumen menilai dalam bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk akal serta dapat diterima atau dapat dijustifikasi.

Selain persepsi harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain produk. Desain produk didefinisikan sebagai nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik menurut Pramono dalam Ansah (2017).

Menurut Kotler dalam Fattah dan Edwar (2016) desain produk adalah keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan, desain produk yang baik dapat menarik perhatian untuk melakukan pembelian, meningkatkan kinerja, mengurangi biaya, dan menyesuaikan nilai terhadap pasar sasaran yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat di ajukan rumusan masalah adalah :

1. Apakah persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung?
2. Apakah desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung?
3. Apakah persepsi harga dan desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan sepeda motor All New Honda PCX.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah persepsi harga, desain produk, dan keputusan pembelian.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah di Bandar Lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada perkiraan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan April 2019 hingga April 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi Harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

1. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan persepsi harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda PCX.
2. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori – teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan pada persepsi harga dan

desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor yang sesuai dengan konsep tujuan perusahaan.

1.5.3 Bagi Institusi

Menambah referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tentang.

Bab II : Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam definisi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variabel, uji persyaratan instrumen, metode analisis data, teknik analisi data, dan pengujian hipotesis.

Bab IV : Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan Bab III.

Bab V : Simpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran