

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepeda motor Yamaha Nmax merupakan jenis otomotif roda dua bermesin skuter matic yang pertama kali diproduksi pada Januari 2015 dan mulai dipasarkan pada bulan Februari 2015. Skutik premium terbaru dari Yamaha ini sangat terlihat modern, sporty, dan mewah. Dengan memiliki beberapa bagian yang terlihat tidak menyatu karena warna yang berbeda pada sisi bodi samping dengan bodi bagian bawah membuat Yamaha Nmax ini tampak modern.

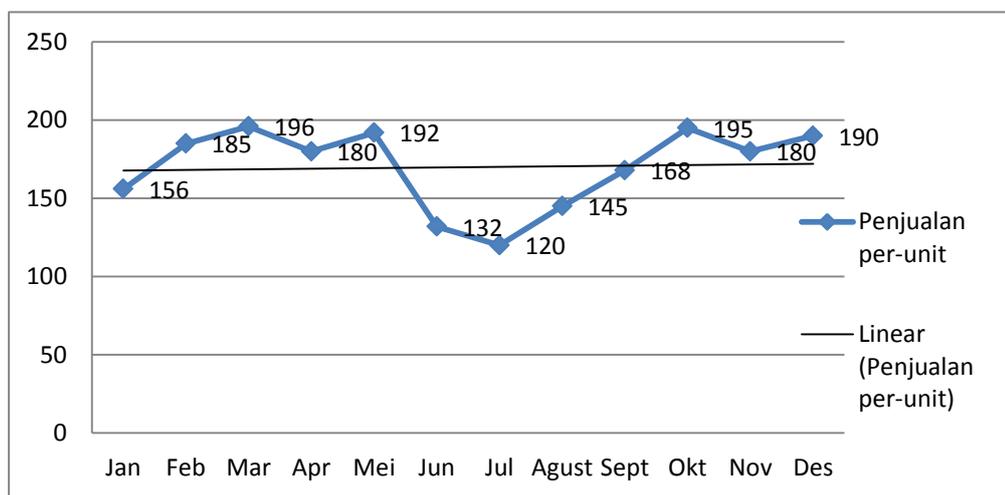
Sepeda motor Yamaha Nmax bukanlah skutik bongSOR 150 cc yang pertama di Indonesia. Honda PCX lebih dulu diperkenalkan pada tahun 2012, hanya saja skutik buatan Thailand ini kurang diminati oleh konsumen. Sementara Nmax yang baru saja muncul lebih banyak diminati karena harganya jauh lebih murah dan sudah diproduksi di Indonesia. Nmax merupakan motor produksi lokal pertama yang menggunakan teknologi Variable Velves Actuation (VVA) untuk menjaga torsi dan tenaga maksimal disetiap putaran mesin. Serta dilengkapi fitur ABS yang mampu mencegah roda belakang terkunci akibat pengereman mendadak.

Motor matic sport ini awalnya ditujukan untuk konsumen kalangan menengah keatas. Tetapi dengan berjalannya waktu, peminat skuter bongSOR kelas 150cc ini terus meningkat. Peningkatan ini dibarengi dengan pergeseran kelas sosial yang awalnya hanya dari kelas menengah atas, kini meluas ke konsumen menengah bawah. Yamaha kemudian mengeluarkan versi Nmax tanpa fitur ABS, versi ini lebih murah dari Nmax ABS serta lebih ringan. Kehadiran varian ini membuat Nmax meningkat peminatnya.

Nmax ini dirancang untuk konsumen yang menyukai motor skutik besar, dan konsumen yang menyukai touring atau berkendara jarak jauh. Karena Nmax ini dirancang se nyaman mungkin untuk pengendara pada saat bepergian jauh. Skutik ini juga menawarkan kemudahan untuk memilih riding positionnya. Bisa bergaya active dengan menempatkan kaki dibagian belakang pijakan kaki, atau cruiser riding position yaitu posisi yang memungkinkan kaki dapat selonjor karena pijakan yang luas dan mencegah kaki dari kelelahan.

Kehadiran Yamaha Nmax ini diterima dengan sangat baik oleh masyarakat Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan penjualan pada bulan pertama sampai bulan selanjutnya. Tetapi pada bulan selanjutnya penjualan mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini dikarenakan adanya gaya hidup masyarakat yang selalu mengalami perubahan.

Tabel 1.1
Grafik Trend penjualan sepeda motor Yamaha Nmax
di Dealer Sentral Yamaha Bandar Lampung
pada bulan Januari – Desember 2017



Sumber : Dealer sentral Yamaha, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Nmax di Bandar Lampung dari bulan Januari sampai Desember 2017 jika dilihat dari trendline atau linear penjualan mengalami stagnasi. Walaupun sebenarnya mengalami peningkatan tetapi tidak terlalu konsisten. Karena pada bulan juni

dan juli mengalami penurunan yang cukup besar dari penjualan sebesar 192 unit pada bulan mei menjadi 132 unit. Penurunan tersebut terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen salah satunya yaitu faktor gaya hidup masyarakat yang selalu mengalami perubahan, salah satunya yaitu menggantikan sepeda motor lama dengan sepeda motor keluaran terbaru, dan itu dapat menyebabkan suatu produk tidak mengalami peningkatan. Selain itu juga karena kenaikan uang muka, sistem kredit angsuran yang tinggi, pertimbangan untuk membeli sepeda motor saat anak-anak memasuki tahun ajaran pendidikan baru, banyaknya pengeluaran pada saat hari raya tertentu, pengaruh dari hasil pendapatan masyarakat.

Salah satu strategi perusahaan dalam menjalankan sebuah bisnis adalah proses pembelian konsumen, yang dimulai ketika seseorang menyadari kebutuhannya. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sebagai sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu, konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan berbeda. Produk kendaraan roda dua yang dibeli masyarakat bukan hanya sekedar kebutuhan berkendara melainkan adanya gaya hidup yang berkembang dimasyarakat. Nmax salah satu sepeda motor yang digunakan sebagai penunjang penampilan. Sepeda motor dengan bodi yang besar dan tampilan yang mewah serta gagah, membuat pengendara tampil percaya diri ketika mengendarainya.

Menurut Kotler dan Keller (2009, h.175) gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi “seseorang secara utuh” dengan lingkungannya. Gaya hidup yang semakin berubah mengakibatkan perubahan terhadap selera masing-masing individu. Sehingga untuk pemilihan motorpun harus sesuai dengan gaya hidupnya, sesuai dengan respon dari dirinya terhadap produk tersebut, serta pekerjaan dan penghasilan seseorang yang akan mempengaruhinya dalam membelanjakan uang mereka.

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang, karena situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk.

Menurut Damiati, dkk (2017, h.124) kelas sosial disebut juga sebagai posisi sosial atau *social standing* adalah posisi relatif seseorang terhadap orang lain pada satu dimensi atau lebih yang dipandang oleh masyarakat memiliki nilai atau penghargaan tinggi. Posisi individu dan perilaku uniknya yang ditampilkan dengan posisi sosial berbeda cenderung memiliki pola kebutuhan dan konsumsi yang berbeda pula. Pengaruh dari adanya kelas sosial terhadap perilaku konsumen begitu tampak dari pembelian akan kebutuhan untuk sehari-hari, bagaimana seseorang dalam membeli akan barang kebutuhan sehari-hari baik yang primer ataupun hanya sebagai penghias dalam kelas sosial akan berbeda.

Jika konsumen berpenghasilan menengah bawah, biasanya mereka akan membeli alat transportasi yang sesuai dengan kemampuan mereka, dan cenderung lebih memilih sepeda motor yang harganya lebih murah. Sedangkan bagi yang berpenghasilan menengah atas, mereka akan lebih memilih produk yang mewah, mahal, dan bermerek, karena adanya selera yang tinggi, serta gengsi dari dirinya dan lingkungannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini dipilih judul **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini masalah yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung ?
2. Bagaimana pengaruh Kelas Sosial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung ?
3. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Sentral Yamaha Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilaksanakan di PT. Sentral Yamaha di Jl. Ikan Tenggiri No 24 Teluk Betung Selatan.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2017 s.d Januari 2018.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah manajemen pemasaran yang khususnya ilmu perilaku konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian : gaya hidup, dan kelas sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (X1), dan kelas sosial (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Institusi Pendidikan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan bergiat mengetahui pengaruh dari gaya hidup, dan kelas sosial.
3. Bagi Penulis
Dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan yaitu tentang pengaruh gaya hidup, konsep diri, dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini dibahas tentang latar belakang permasalahan yang ada, dan tujuan diadakannya penelitian.

Bab II Landasan Teori

Berisi dasar-dasar dan landasan teori mengenai tentang definisi pemasaran, definisi gaya hidup, kelas sosial, keputusan pembelian, indikator-indikator yang mempengaruhi dari setiap variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Berisi penjelasan mengenai bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan disertai penjelasan mengenai jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen dan analisis data, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Berisi tentang deskripsi tentang objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran.