

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, setiap perusahaan mempunyai suatu tantangan yang harus dihadapi untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya. Dalam rangka persaingan ekonomi global, perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan. Perusahaan harus dapat menciptakan produk dengan kualitas yang baik, sehingga perusahaan mampu bersaing di pasar dan dapat mengembangkan usahanya. Para manajer mengakui bahwa mengejar mutu tinggi adalah strategi organisasi yang fundamental untuk bisa kompetitif dalam persaingan ekonomi global.

Pada dasarnya kegiatan transportasi darat merupakan suatu kegiatan yang sangat vital, jika dibandingkan dengan transportasi laut dan udara. Transportasi darat memiliki rutinitas yang paling tinggi diantara ketiganya ditambah lagi aktivitas yang semakin banyak menuntut setiap manusia memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya. Hampir setiap kegiatan manusia memerlukan transportasi darat dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Terdapat berbagai macam sarana transportasi darat, motor adalah salah satunya. Perubahan kondisi perekonomian kearah yang lebih baik memberikan pengaruh positif terhadap pasar otomotif di Indonesia.

Berkembangnya teknologi dan inovasi yang sangat pesat dalam berkendara membuat sebagian industri otomotif dunia berlomba-lomba untuk memasuki pasar di Indonesia. Perusahaan-perusahaan otomotif memberikan

keunggulan-keunggulan produknya dan memberikan inovasi-inovasi mulai dari dimensi, performa sampai dengan tingkat kenyamanan.

Sepeda motor telah menjadi sebuah kebutuhan yang memiliki multi fungsi, khusus sebagai alat transportasi untuk melaksanakan berbagai kegiatan. Kemajuan teknologi telah mendorong sejumlah produsen sepeda motor untuk menciptakan berbagai merek produk modern yang canggih. Keadaan tersebut mendorong sejumlah produsen sepeda motor terkemuka dunia selalu melakukan proses inovasi. Salah satu Negara yang menjadi tujuan pasar berbagai merek sepeda motor dunia adalah Indonesia pada umumnya dan kota padang pada khususnya.

Kawasaki Ninja 250 fi merupakan salah satu motor sport yang paling dicari dan paling banyak penggemarnya. Hal ini dikarenakan motor keren yang menawarkan sejumlah kenyamanan dalam berkendara. Ninja 250 fi dari segi performa memiliki mesin berkapasitas 250 cc mengandalkan mesin 4 langkah dengan transmisi 6-speed dan system suplai bahan bakarnya menggunakan *fuel injection*, bobotnya lebih ringan dengan desain yang agresif menjadikan gerakannya lebih agresif dan lincah. Tangki bahan bakar berkapasitas 14 liter full tank. Desainnya sekarang lebih modern dan kesan sporty jauh lebih kental karena didukung dengan bodi full fairing. Secara keseluruhan Kawasakimemiliki panjang bodi 1.990 milimeter dengan bobot motor yang hanya 167 kilogram. Suspensinya teleskopik dan suspensi belakangnya memakai bottom link.

Untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat terhadap Kawasaki ninja 250 fi maka dilakukan survey awal kepada 30 responden yang berminat membeli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang :

Tabel 1.1
Data Survei Awal Kawasaki Ninja 250 FI Di Kota Padang

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik untuk memiliki <i>Kawasaki Ninja 250 fi</i>	0	0	0	17	13
2	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>Kawasaki Ninja 250 fi</i>	0	0	2	21	7
3	Design yang di miliki <i>Kawasaki Ninja 250 fi</i> membuat saya ingin memiliki produk tersebut	1	0	0	23	6
4	Dengan banyaknya muncul design terbaru membuat saya tertarik untuk mencari informasi <i>Kawasaki Ninja 250 fi</i>	0	4	4	17	5
5	Saya yakin dengan spesifikasi yang dimiliki <i>Kawasaki Ninja 250 fi</i>	0	0	5	18	7
Total Jawaban Responden		1	4	11	96	38

Sumber : *Survey Awal*

Berdasarkan table 1.1 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk minat beli Kawasaki ninja 250 fi total jawaban responden sebanyak 1, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk minat beli Kawasaki ninja 250 fi total jawaban respondensebanyak 4, responden yang memilih netral (N) untuk minat beli Kawasaki ninja 250 fi total jawaban responden sebanyak 11, responden yang memilih setuju (S) untuk minat beli Kawasaki ninja 250 fi total jawaban responden sebanyak 96, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk minat beli Kawasaki ninja 250 fi total jawaban responden sebanyak 38. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat beli terhadap motor Kawasaki ninja 250 fi sangat tinggi.

Sebagai perbandingan untuk data survey awal maka penulis membandingkan minat beli Kawasaki ninja 250 fi dengan produk keluaran Honda

yaitu CBR 250 RR yang merupakan motor sport 250 cc sekaligus menjadi rival bagi Kawasaki ninja 250 fi.

Tabel 1.2
Data Survei Awal Honda CBR 250 RR Di Kota Padang

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik untuk memiliki <i>Honda CBR 250 RR</i>	0	0	15	17	5
2	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli <i>Honda CBR 250 RR</i>	0	0	11	12	7
3	Design yang di miliki <i>Honda CBR 250 RR</i> membuat saya ingin memiliki produk tersebut	0	0	2	18	5
4	Dengan banyaknya muncul design terbaru membuat saya tertarik untuk mencari informasi <i>Honda CBR 250 RR</i>	0	0	2	19	8
5	Saya yakin dengan spesifikasi yang dimiliki <i>Honda CBR 250 RR</i>	0	0	2	18	9
	Total Jawaban Responden	0	0	32	84	34

Sumber : *Survey Awal*

Berdasarkan table 1.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk minat beli Honda CBR 250 RR total jawaban responden sebanyak 0, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk minat beli Honda CBR 250 RR total jawaban respondensebanyak 0, responden yang memilih netral (N) untuk minat beli Honda CBR 250 RR total jawaban respondensebanyak 17, responden yang memilih setuju (S) untuk minat beli Honda CBR 250 RR total jawaban responden sebanyak 84, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk minat beli Honda CBR 250 RR total jawaban responden sebanyak 49. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat beli terhadap motor Honda CBR 250 RR masih di bawah minat beli motor Kawasaki ninja 250 fi, padahal dari segi design dan spesifikasi yang di

memiliki Honda CBR 250 RR pada survey awal responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju hanya 0 responden. Berdasarkan data perbandingan yang telah disajikan terlihat bahwa minat masyarakat untuk memiliki ninja 250 Fi lebih tinggi dibandingkan dengan CBR 250 RR.

Masing masing kompetitor berusaha untuk mendorong peningkatan penjualan yang tinggi yaitu dengan mendorong peningkatan minat beli masyarakat terhadap sejumlah merek produk yang ditawarkan produsen. Menurut Kotler dan Keller (2009), arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Media social sangat membantu seseorang dalam mencari informasi tentang suatu produk Electronic Word of Mouth (Ewom) merupakan pernyataan positif atau negative yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan actual dan mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan melalui internet (Malik *et al*, 2013).

Electronic Word of Mouth Mowen dan Minor (2002) mengungkapkan word of mouth communication merupakan pendapat dari beberapa orang dan bertukarnya pendapat satu sama lain Menurut hasil penelitian Laksmi dan Oktafani (2016) tentang Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat Beli *Followers Instagram* Pada Warunk Upnormalditemukan bahwa *eWOM* berpengaruh positif terhadap minat beli.

Citra merek menjadi salah satu peranan penting dalam suatu pembelian produk dan minat beli suatu produk. Citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen (Simamora & Lim,

2002). Menurut Kotler (2009) yang menginterpretasi adalah konsumen dan yang diinterpretasikan masalah informasi.

Menurut hasil penelitian Sunarti Dkk (2015) tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan Pasta gigi Pepsodent) ditemukan bahwa Citra Merek secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Beli.

Kualitas produk sangat berpengaruh dalam minat beli suatu produk. Menurut Kotler and Armstrong (2010) arti dari kualitas produk adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut hasil penelitian Sundalangi dkk (2014) tentang pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan potongan harga terhadap minat beli konsumen pada Pizza Hut manado ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli

Berdasarkan uraian diatas , maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul “**Pengaruh Ewom,Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kawasaki Ninja 250 Fi Di Kota Padang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *eWOM* berpengaruh positif terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh *eWOM* terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota padang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan

untuk menganalisa pengaruh *eWOM*, Citra merek dan Kualitas produk terhadap Minat beli.

2. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan pemasaran pada umumnya dan Minat beli khususnya. Selain itu semoga penelitian berguna untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh *eWOM*, Citra merek dan Kualitas produk terhadap Minat beli.