

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern seperti sekarang ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena adanya kemajuan zaman dan meningkatnya taraf hidup kebutuhan masyarakat. Berbagai transportasi telah tersedia, salah satunya yaitu sepeda motor. Sepeda motor dianggap sebagai kendaraan yang paling mudah untuk mencapai tujuan dan mendukung aktivitas dari individu sehari-hari. Kemacetan yang sekarang mulai timbul di jalan raya menyebabkan sepeda motor menjadi suatu alternatif yang tepat dalam berkendara sehari-hari karena dapat mempercepat melewati kemacetan saat menempuh perjalanan dan dapat menghemat waktu serta dari segi biaya untuk BBM lebih terjangkau.

Menurut Basu, (2001), faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat membeli merupakan suatu perilaku konsumen yang mendasari suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan. Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia juga dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor dari luar yang rata-rata berasal dari Jepang dan Cina. Produsen berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru demi menarik minat konsumen. Namun hingga saat ini sepeda motor Jepang tetap menjadi pilihan utama bagi

masyarakat Indonesia Karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya.

Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu factor yang menjadi tampak pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanannya, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Handoko, 2000). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Yamaha sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia telah menyadari beratnya persaingan di Industri ini. Yamaha senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Yamaha menawarkan berbagai macam varian produk sepeda motor yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk membedakan dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih di mata konsumen Yamaha juga selalu memberikan inovasi- inovasi baru pada setiap produknya. Misalnya Yamaha N-MAX, memiliki desain yang elegant, body yang sporty dan bahan bakar yang irit. tetapi Sepeda motor Yamaha N-MAX juga memiliki kekurangan seperti: Bagasi tidak seluas PCX, belum ada fitur alarm, tangki bensin lebih kecil dan lain lain

Untuk lebih memperkenalkan produknya, perusahaan Yamaha gencar melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat beli konsumen, diantara membuat

iklan melalui media cetak ataupun elektronik, mengadakan pertunjukan musik, mengadakan service gratis bagi pengguna sepeda motor Yamaha, dan lain-lain. Iklan didasari pada informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk, yang kemudian disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan ketertarikan pada yang melihat atau mendengarnya, dengan demikian iklan akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap suatu produk (Terence A. Shimp, 2003).

Yamaha N-Max merupakan produk baru sekaligus inovasi Yamaha. Yamaha N-Max adalah skuter metik premium kelas 155cc yang di luncurkan pada 23 januari 2015 lalu, seharga RP 29.000.000. Yamaha N-Max sendiri merupakan jawaban terhadap produk pesaingnya Honda Pcx yang telah di luncurkan sebelum N-Max. Di kota-kota besar khususnya di wilayah Sumatera Barat banyak terdapat distributor produk Yamaha, salah satunya yaitu di Kota Padang ,Tjahaja Baru. Dealer ini berlokasi di Jalan Damar no 59, Padang. Tjahaja Baru menjual berbagai macam item sepeda motor diantaranya Yamaha Mio, Yamaha N-MAX, Yamaha Jupiter MX, Yamaha Vixion dan lain- lain.Berikut ini ditampilkan data penjualan sepeda motor Yamaha N-MAX Tjahaja Baru Kota Padang Tahun 2021.

Tabel 1.1
Data penjualan motor matic 150 cc Bulan September 2017

Motor terlaris	September 2017
Honda Vario 150 Esp	45.009 Unit
Yamaha Nmax	27.332 Unit
Yamaha Aerox 155	14.809 Unit

Honda PCX 150	214 Unit
Honda SH 150i	20 Unit

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (ASI), 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan motor merek Yamaha Nmax sebanyak 27.332 unit masih rendah dibandingkan pesaingnya yaitu Honda Vario 150 sebanyak 45.009. Hal ini membuktikan masih rendahnya minat beli konsumen terhadap motor Yamaha Nmax.

Tabel 1.2
Data Penjualan Motor Yamaha N-MAXCV. Tahun baru (2021)

NO	Bulan	Yamaha N-Max	Pertumbuhan Penjualan (%)
1	Januari	15	5,37
2	Februari	12	4,30
3	Maret	24	8,60
4	April	28	10
5	Mei	30	10,7
6	Juni	34	12,1
7	Juli	26	9,31
8	Agustus	17	6,09
9.	September	23	8,2
10.	Oktober	27	9,6
11.	November	17	6,09
12.	Desember	26	9,31

Sumber: CV. Tahun Baru (2021)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan motor Yamaha N-MAX mengalami fluktuasi yang dapat dilihat pada bulan Januari penjualan sebesar 15 unit dengan persentase 5,37%, mengalami penurunan pada bulan Februari menjadi 12 unit, dengan persentase sebesar 4,30%. Pada bulan Maret mengalami kenaikan dengan penjualan sebanyak 24 unit. Dengan persentase 8,60%, bulan April

mengalami kenaikan dengan jumlah unit penjualan 28 unit dengan persentase sebesar 10% bulan Mei mengalami peningkatan penjualan sebanyak 30 unit. dengan persentase sebesar 10,7% dan masih mengalami kenaikan di bulan Juni 34 unit dengan persentase 12,1% sedangkan di bulan Juli mengalami penurunan 26 unit dengan persentase sebesar 9,31 % dan mengalami penurunan juga pada bulan Agustus dengan penjualan 17 unit dengan persentase 6,09 % Dan Pada bulan September mengalami kenaikan dengan penjualan 23 unit.dengan persentasi 8,2%, sedangkan di bulan Oktober mengalami kenaikan 27 unit dengan persentase sebesar 9,6 %,dan dibulan November mengalami penurunan lagi dengan penjualan 17 Unit.dengan persentasi 6,09% dan di akhir tahun pada bulan Desember mengalami kenaikan dengan penjualan 26 unit. Dengan persentasi 9,31%.

Untuk lebih mengungkapkan fenomena peneliti melakukan survey awal tentang minat beli motor Yamaha N-MAX di Kota Padang yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen yang ingin membeli Motor Yamaha N-MAX di Tjahaja Baru Kota Padang.

Tabel 1.3
Daftar Hasil Survey Minat beli Konsumen Tjhaja Baru Padang

No	Pernyataan	Persentase %			
		Setuju		Tidak Setuju	
		Jumlah (orang)	%	Jumlah (orang)	%
1.	Saya tertarik unuk mencari informasi tentang motor Yamaha N-MAX	9	45	11	55
2.	Saya mempertimbangkan untuk membeli motor Yamaha N-MAX	7	35	13	65
3.	Saya tertarik untuk mencoba motor Yamaha N-MAX	8	40	12	60

4.	Saya ingin untuk mengetahui tentang motor Yamaha N-MAX	5	25	15	75
5.	Saya ingin memiliki Yamaha N-MAX	10	50	10	50
Rata-rata			39		61

Sumber: Survey Awal Tjhaja Baru Padang 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kebanyakan jawaban responden pada item pernyataan pertama berada pada kategori tidak setuju sebesar 55%. Pada pernyataan kedua jawaban responden berada pada kategori tidak setuju sebesar 65%, Pada pernyataan ketiga jawaban responden berada pada kategori tidak setuju sebesar 60%, Pada pernyataan ke empat jawaban responden berada pada kategori tidak setuju 75% Dan pada pernyataan kelima jawaban responden berada pada kategori tidak setuju sebesar 50%.

Hal ini Dapat disimpulkan bahwa pada item pernyataan Minat beli berada pada kategori tidak setuju atau rata rata jawaban responden dengan kategori tidak setuju sebesar 61%. Hal ini dapat di interpretasikan bahwa minat beli pada motor Yamaha N-MAX di kota Padang masih rendah. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti Minat beli Konsumen sebagai fokus penelitian.

Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk (Adi, 2017). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk (Tjiptono, 2012).

Keller, (2010) mengemukakan bahwa promosi penjualan adalah insentif

jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut William J Stanton promosi merupakan periklanan, penjualan personal dan lain-lain cara penjualan tujuan promosi penjualan.

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (kotler,amstrong, 2012). Menurut Martono, & Irani,(2014) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas,maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengidentifikasi adanya pengaruh dari *Kualitas Harga,Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada MotorN-Max Dikota Padang*.Oleh karena itu agar penelitian ini menjadi lebih focus,maka penulis mengambil judul” **Pengaruh Kualitas Harga,Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Motor N-Max Dikota Padang**

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas harga berpengaruh terhadap minat beli motor Yamaha N-MAX di KotaPadang?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli motor Yamaha N-MAX diKota Padang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli motor Yamaha

N-MAX di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas harga terhadap minat beli motor Yamaha N-MAX di kota Padang
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli motor Yamaha N-MAX di kota Padang
3. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli motor Yamaha N-MAX di kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bidang akademis

yaitu bagi penulis dengan melakukan penelitian ini dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang di peroleh, serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Praktis

yaitu sebagai bahan pertimbangan bagi Dealer Yamaha Tjhaja Baru di Kota Padang dalam upaya meningkatkan harga, promosi serta kualitas produk Yamaha Tjhaja Baru Padang, serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

