

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang pesat dewasa ini, mengakibatkan semua negara mengarah kepada produktivitas. Sarana transportasi telah menjadi bagian yang sangat penting dari kehidupan manusia. Sepeda motor salah satu bentuk dari sarana transportasi darat yang salah satunya dimiliki oleh masyarakat. Pada umumnya terdapat tiga alasan pembelian sepeda motor, yaitu agar cepat sampai tujuan, hemat bahan bakar, dan harganya terjangkau.

Dalam rangka melakukan kegiatan pemasaran, perusahaan harus dapat memasarkan dan menjual barang maupun jasanya selain itu perusahaan harus dapat merealisasikan kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi suatu permintaan yang efektif sehingga akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Banyaknya pilihan sepeda motor yang berkembang saat ini dari berbagai merek sangatlah membingungkan para pembeli, karena dirasa pengembangan-pengembangan yang dilakukan oleh para produsen sepeda motor sudah sangat canggih dan modern.

Biasanya sebelum melakukan pembelian sepeda motor, kebanyakan konsumen akan memikirkan merek dan jenis dari produk yang ingin dibeli, sehingga produk tersebut benar-benar bermanfaat dan konsumen tidak merasa kecewa di kemudian hari. Dari fenomena seperti itu, produsen motor Yamaha melakukan salah satu upaya untuk memuaskan konsumennya yaitu dengan cara melakukan diferensiasi terhadap produk-produknya dan mengembangkan lagi

produk motor sport, bebek, dan matic. Hal ini akan membuat konsumen merasa dihadapkan pada suatu kondisi yang membingungkan dimana kepercayaan mereka tidak sejalan bersama. Oleh karena itu Yamaha selalu melakukan diferensiasi terhadap produknya supaya konsumen termotivasi untuk mengubah pola pikirnya agar sejalan dengan harapan konsumen tersebut.

Dalam pembelian sepeda motor, konsumen tidak hanya membandingkan varians yang lebih menarik dari produk lainnya, tetapi juga memperhatikan minat dalam memenuhi kebutuhannya seperti kualitas, harga, dan merek yang ditawarkan. Melihat begitu pentingnya pengaruh diferensiasi produk dan minat beli konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha maka perusahaan Yamaha perlu mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana diferensiasi produk dan minat beli konsumen dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Kelebihan diferensiasi produk menjadi salah satu aspek unik dalam suatu perusahaan yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah sedikit karakter produk, meskipun itu diperbolehkan. Diferensiasi produk yang berhasil adalah diferensiasi yang mampu mengalihkan basis persaingan ke faktor lain, seperti karakteristik produk, strategi distribusi atau variabel-variabel promotif lainnya.

Idi Rayeuk merupakan salah satu daerah yang masyarakatnya banyak menggunakan sepeda motor Yamaha. Alasan pemilihan lokasi penelitian di Idi Rayeuk yaitu karena jumlah pengendara sepeda motor yang relatif tinggi khususnya sepeda motor Yamaha. Dari wawancara awal terhadap 20 responden, 5 orang memberikan pendapat positif mengenai diferensiasi produk motor Yamaha, sedangkan 15 orang lainnya mengatakan bahwa diferensiasi sepeda motor Yamaha belum sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari sepeda motor bebek yang desainnya kurang menarik seperti Jupiter MX yang menurut sebagian konsumen desainnya kurang sporty. Diferensiasi yang dilakukan Yamaha hanya berfokus pada sepeda motor matic saja, sedangkan motor bebek dan sport masih belum sesuai harapan konsumen. Motor sport Yamaha di antaranya yaitu R-15 dan R-25 yang desainnya terlalu tinggi di bagian belakang sehingga untuk berkendara dua orang terasa tidak nyaman. Dengan demikian diferensiasi produk motor Yamaha dalam kategori motor bebek masih sedikit variasinya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Idi Rayeuk”**.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Idi Rayeuk?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Idi Rayeuk.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Menjadi informasi dan masukan bagi produsen Yamaha dalam meningkatkan strategi diferensiasi produk.
2. Menjadi referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.