

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi dan inovasi pada era globalisasi saat ini sangat begitu cepat mengakibatkan banyak dari perusahaan di Indonesia menciptakan produk yang berkualitas, bernilai tinggi dengan harga yang sesuai untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang telah dihasilkan perusahaan, salah satunya adalah sepeda motor.

Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih praktis dan lebih mudah dikendarai saat terjadi kemacetan. Produsen sepeda motor berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang sesuai harapan konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu produk, harga dan promosi. Hal ini dikarenakan bahwa faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar sepeda motor. Ketika harga dan promosi sudah memuaskan pelanggan, maka yang dicari oleh para pelanggan adalah seberapa canggih dan banyak keunggulan yang dapat diperoleh oleh pelanggan.

Produk adalah segala sesuatu yang akan ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa barang, jasa, maupun ide-ide. Berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya

Selain produk, harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus bijaksana dalam penetapan harga. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima konsumen. Harga adalah variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.

Di sisi lain supaya merek suatu produk dikenal secara luas oleh konsumen maka perlu sekiranya penjual melakukan kegiatan pemasaran yang lain yaitu promosi, karena promosi adalah arus informasi untuk mengenalkan kepada konsumen tentang suatu produk. Dengan adanya promosi membuat mereka cepat mengenal suatu produk.

PT. Sejahtera Motor Gemilang adalah salah satu dealer sepeda motor Suzuki yang terletak di Kualasimpang dan telah berdiri sejak tahun 2014. Saat ini sepeda motor Suzuki kalah bersaing oleh pesaing beratnya yaitu Honda dan Yamaha. Salah satu sepeda motor Suzuki yang mengalami penurunan penjualan pada PT. Sejahtera Motor Gemilang adalah Satria FU 150. Penjualan sepeda motor Suzuki Satria FU 150 di tahun 2015 yaitu 130 unit lalu mengalami penurunan penjualan pada tahun 2016 menjadi 67 unit. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen kurang tertarik mengendarai sepeda motor Suzuki (PT. Sejahtera Motor Gemilang, 2017).

Dari penelitian pendahuluan terhadap 25 responden yang melakukan pembelian motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang, 13 orang diantaranya mengatakan bahwa produk sepeda motor Satria FU 150 kurang memiliki performa yang baik khususnya jika dilihat dari penggunaan bahan bakar yang boros. Selain itu motor mudah goyah saat dikendarai dalam kecepatan yang tinggi. Dalam hal harga, meskipun harga Satria FU 150 relatif lebih murah pada kelas motor 150 cc, namun konsumen masih menganggap harga tersebut belum sesuai dengan kualitasnya. Dalam hal promosi, pihak dealer khususnya PT. Sejahtera Motor Gemilang kurang gencar melakukan promosi yang dapat dilihat dari minimnya pemasangan iklan mengenai motor Satria FU 150, sales PT. Sejahtera Motor

Gemilang tidak sering melakukan penjualan tatap muka, serta hadiah yang diberikan saat pembelian kurang memuaskan konsumen, misalnya pemberian jaket dan helm yang dianggap sebagian konsumen kualitasnya masih rendah. PT. Sejahtera Motor Gemilang juga jarang mengadakan event-event yang menarik perhatian masyarakat, padahal event tersebut merupakan salah satu media promosi yang paling banyak digunakan oleh para pesaing.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian dengan mengangkat judul **“Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang Kualasimpang”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah faktor produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang?
2. Apakah faktor produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Satria FU 150 pada PT. Sejahtera Motor Gemilang.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Menjadi informasi dan masukan bagi produsen motor Suzuki umumnya dan pada PT. Sejahtera Motor Gemilang khususnya dalam meningkatkan pembelian konsumen.
2. Menjadi referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.