

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Dengan Perkembangan usaha otomotif khususnya di sektor industri motor, dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang otomotif yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Ditambah dengan semakin sulitnya keadaan ekonomi dan semakin rendahnya daya beli masyarakat menyebabkan jumlah permintaan sepeda motor meningkat drastis. (Setiadi, 2003:14). Seseorang melakukan pembelian dipengaruhi oleh kebutuhan pada waktu tertentu terhadap suatu produk yang mampu membangkitkan sekumpulan motif yang unik dalam diri konsumen. Bagaimana motivasi konsumen untuk bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu yaitu bagaimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menilai suatu objek sehingga menimbulkan sikap konsumen yang mengarahkan orang-orang berperilaku secara konsisten terhadap suatu objek yang menempatkan mereka dalam sebuah kerangka pikir untuk menyukai (sikap positif) dan tidak menyukai (sikap negatif) dalam melakukan keputusan pembelian (Setiadi, 2003:46).

Kondisi persaingan yang terjadi di lapangan saat ini berkenaan dengan desain produk dan yang menjadi *market leader* di industri otomotif motor adalah Satria FU produk dari pabrikan Suzuki yang memenangkan persaingan dengan produk pesaing antara lain motor Vixion produk dari pabrikan Yamaha, Kawasaki dan produk dari Kawasaki.

Statemen di atas diperoleh dari fenomena yang terjadi di lapangan, yang mana kebanyakan kalangan muda dalam hal ini mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang mempunyai *value addet* ketika memakai motor Suzuki Satria FU.

Desain produk menurut Kotler (1999: 186) meliputi : merek, kemasan, label, dan pelayanan. Dalam program pemasaran suatu produk, perusahaan harus memahami sesuatu mengenai konsumen yaitu motivasi dalam kaitannya dengan pemasaran sangatlah berpengaruh terhadap konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk. Dengan pemahaman yang cukup mengenai motivasi konsumen, perusahaan sepeda motor perlu mengetahui faktor-faktor yang memotivasi konsumen dalam membeli sepeda motor. Hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan perusahaan mendapat keuntungan. Saat ini banyak sekali bermunculan merek sepeda motor dengan berbagai model, desain, memberikan kualitas yang bagus, dan harga yang cukup bersaing spektakuler. Persaingan yang sangat ketat juga dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang ada dalam industri sepeda motor di Indonesia yang menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), diantaranya anggota AISI yaitu

Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Kymco, dan Piaggio, serta 71 perusahaan lainnya di luar keanggotaan AISI (Miranti, 2004:2).

Industri Sepeda Motor merupakan industri yang menghasilkan komoditi strategis karena memiliki peran yang cukup vital sebagai komponen penunjang dalam transportasi kehidupan sehari-hari. Industri ini memiliki ciri yang padat modal, memiliki skala ekonomis yang relatif besar padat energi.

Seperti halnya PT. Suzuki Tbk. merupakan salah satu perusahaan Sepeda Motor di Indonesia. Visi PT. Suzuki Tbk adalah Membangun jaringan pemasaran dan pola manajemen di bidang otomotif, sehingga menjadi perusahaan yang mempunyai reputasi terpercaya dan terbaik di bidangnya. Sedangkan misinya yaitu melakukan pengembangan usaha di bidang otomotif, Mensukseskan program pemerintah di bidang otomotif dan transportasi, Memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan pelanggan, Meningkatkan kesejahteraan karyawan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh desain produk pada motor Satria FU meningkatkan penjualan sepeda motor Suzuki pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang. Hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan salah satu pangsa pasar yang potensial, yang menggunakan sepeda motor merek Suzuki di kota Malang. Banyaknya tipe sepeda motor yang beredar di lingkungan masyarakat merupakan masalah yang dihadapi oleh mahasiswa yaitu bagaimana memilih sepeda motor yang sesuai dengan harapan dan memenuhi keinginan, mengingat mahasiswa termasuk sebagai konsumen yang kritis dan sedang mengalami proses pendewasaan mental dan intelektual. disamping itu mahasiswa termasuk dalam segmen *smart customer* yang

membutuhkan banyak pertimbangan sebelum melakukan pembelian produk. Sebab bagi mahasiswa memilih sepeda motor yang handal merupakan suatu hal yang penting untuk menunjang aktivitas keseharian mereka, tentunya mahasiswa akan sangat kritis memperhatikan merek sepeda motor bisa menguntungkan dan memuaskan bagi mereka. Berangkat dari hal tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Desain Produk Dalam Mempengaruhi Minat beli Motor Suzuki Satria FU “Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Maliki Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang, maka dapat disusun suatu rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap minat beli Sepeda motor suzuki Satria FU secara simultan?
2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap minat beli sepeda motor suzuki Satria FU secara parsial?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat pembelian sepeda motor suzuki satria FU secara Simultan.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap minat pembelian sepeda motor suzuki satria FU secara parsial.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, Bagi peneliti, untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, sarana merealisasikan teori yang sudah di dapat selama masa kuliah dalam realita lapangan, dan sebagai syarat menyandang gelar sarjana.
2. Bagipenjual spedah motor suzuki satria fu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan dalam memecahkan persoalan yang digunakan sebagai bahan untuk pengambilan keputusan dan sadar akan pentingnya kualitas produk.
3. Bagi perguruan tinggi, dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
4. Bagi masyarakat, untuk menambah pengetahuan terkait spedah motor suzuki satria fu sehingga tidak akan salah kaprah dalam pengambilan keputusan pembelian produk spedah motor suzuki satria fu.