

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Memasuki era globalisasi pada saat ini, dimana arus teknologi pada sarana transportasi yang masuk di negara kita semakin terasa kemajuannya. Meningkatnya laju pembangunan di negara kita mengakibatkan aktivitas usaha semakin hari semakin terasa kemajuannya. Begitupun dengan aktivitas perorangan pada negara kita yang semakin sibuk mengejar waktu. Oleh sebab itu, teknologi pada sarana transportasi berkembang semakin pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya. Peradaban modern merambah ke seluruh pelosok negara dan tuntutan zaman serta kehidupan masyarakat yang semakin maju dengan segala kebutuhan dan kesibukan yang ada. Begitupun dari segi perubahan pandangan hidup, gaya hidup dan nilai-nilai yang dianut pada setiap individu.

Banyak perusahaan yang berorientasi pada sarana transportasi tersebut. Salah satunya adalah perusahaan motor. Saat ini motor adalah sarana transportasi yang mudah, praktis dan efisien dalam menghubungkan jarak satu tempat dengan tempat lainnya yang disesuaikan dengan lamanya waktu yang ditempuh. Agar setiap individu dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai suatu tempat yang dituju dengan cepat.

Banyak hal yang dapat dilakukan dalam mengetahui dan memahami kondisi pasar yang suatu saat dapat berubah dan berkembang sesuai kemajuan zaman dan kebutuhan manusia. Salah satunya adalah dengan mengadakan

penelitian pasar, sehingga dapat meniai, mengukur kemampuan dan menginterpretasikan keinginan dan perilakunya.

Perusahaan akan mengetahui sejauhmana mereka telah memberikan pelayanan terhadap pelanggan, dengan demikian diharapkan di dalam aktivitas pemasaran, departemen pemasaran dan departemen produksi dapat meningkatkan pelayanan dan mutu produksinya dengan segala kelebihan dan keunggulan guna mempertahankan konsumennya.

Bagi penduduk kota Sidoarjo produk motor sudah bukan merupakan barang baru karena produk ini sudah lama hadir dan setiap individu sudah memiliki dan menggunakan jasanya. Berbagai jenis merek dan desain motor serta keunggulan-keunggulannya yang terdapat di pasaran akan mengakibatkan kebingungan bagi para konsumen untuk memilih jenis produk motor apa yang akan mereka pilih. Tentunya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Semakin banyaknya jenis motor yang ada maka perusahaan motor harus mampu bersaing bagaimana menciptakan sebuah inovasi baru yang dapat memberikan kepuasan bagi pemakai motor itu sendiri baik dari segi pengoperasian, kualitas, dan desain sehingga dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya yang tepat. Oleh sebab itu, perusahaan motor tersebut juga harus memberikan keunggulan-keunggulan pada produknya.

Pada era globalisasi ini banyak sekali jenis motor yang beredar di pasaran. Mulai dari produk lokal sampai produk luar. Mulai dari motor yang merknya sudah ada pada zaman dulu sampai merk motor baru yang belum pernah dikenal masyarakat. Misalnya saja motor yang merknya sudah ada lama seperti Yamaha,

Honda, Suzuki. Merk ini tentunya sudah dikenal banyak orang dengan persepsi berbeda-beda menurut pandangan tiap individu. Misalnya saja pandangan kalau merk-merk tersebut tahan lama pemakaiannya, irit dan bagus. Namun pada saat ini telah banyak beredar merk motor Cina. Merek tersebut juga menawarkan keunggulan-keunggulan seperti motor lama. Merek-merek motor tersebut bersaing guna meningkatkan daya tarik konsumen. Mulai dari desainnya yang unik dengan warna-warna yang menarik. Begitupun dengan pengoperasiannya yang disesuaikan dengan kantong masyarakat. Bahkan pembeliannya juga dipermudah mulai dari cash sampai kredit.

Motor Yamaha termasuk salah satu jenis motor yang kini banyak diburu oleh konsumen. Hal ini terkait dengan citra motor ini yang semakin membaik di kalangan masyarakat. Hal ini didukung dengan iklan yang menyuguhkan beberapa kecanggihan yang dimiliki motor Yamaha ini. Selain melalui iklan, salah satu penyebab larisnya motor Yamaha di tengah masyarakat adalah produksi motor Yamaha yang dinilai mampu memenuhi selera kalangan muda. Motor produksi Yamaha selalu dibuat dengan penampilan yang mengesankan, futuristik sehingga tidak terlihat ketinggalan jaman. (lifestyle.kompasiana.com, 05:2014)

Dewasa ini, hemat dan ramah lingkungan merupakan isu yang populer di kalangan masyarakat. Pemanasan global menjadi pemicu utama bagi setiap produsen kendaraan untuk memproduksi kendaraan yang hemat dan ramah lingkungan. Kali ini Yamaha sebagai produsen kendaraan bermotor terkemuka telah meluncurkan kreasi baru yaitu motor berteknologi *fuel injection* (FI) guna mengontrol percampuran bahan bakar dan udara yang lebih tepat, baik dalam

proporsi dan keseragaman. Selain itu injeksi bahan bakar dapat meningkatkan efisiensi bahan bakar dan mengurangi polusi dan juga memberikan tenaga keluaran yang lebih. Sistem ini diberi nama Yamaha Mixture JET-FI (YMJET-FI). (lifestyle.kompasiana.com, 05:2014)

Motor hemat BBM di tahun 2014 yang dimiliki Yamaha, ini ditempati oleh Yamaha GT125. YIMM menyatakan bahwa GT125 ini memiliki konsumsi bahan bakar hingga 79,98km/liter jika digunakan konstan di kecepatan 40km/jam. (AISL.or.id,09:2014)

Menurut data yang dimiliki Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISL) Yamaha merupakan merek motor yang memiliki *market share* mencapai 32 persen atau telah mendistribusikan 1.685.000 unit sepeda motor Yamaha di Indonesia di bulan januari sampai dengan agustus tahun 2014, Meski hanya berada di posisi kedua *market share* nasional di bawah Honda, justru Yamaha yang mengalami peningkatan penjualan pada bulan Agustus. Distribusi sepeda motor Yamaha mencapai 185.129 unit, naik dari 173.977 pada bulan Juli. hal tersebut tentu saja dipengaruhi oleh peran dari komunikator pemasaran. (AISL.or.id.09:2014)

Konsumen dalam membuat keputusan pembelian cenderung membutuhkan banyak pertimbangan karena konsumen ingin mengambil keputusan yang tepat dalam pembelianya, terutama dalam hal pembelian sepeda motor yang membutuhkan uang relatif banyak. Berdasarkan dunia pemasaran, konsumen yang merasa kecewa dengan pembelian yang dilakukan sangatlah merugikan, karena konsumen yang kecewa akan melakukan beberapa tindakan:

(1) diam dan kesal dan menyampaikan kekecewaanya kepada temannya, (2) berkirim surat ke tempat pembelian atau mendatangi toko untuk mengeluh dan minta ganti rugi, (3) berkirim surat dan mengeluh kepada surat kabar atau majalah, atau mengeluh kepada lembaga perlindungan konsumen (Sumarwan, 2002).

Pengambilan keputusan konsumen akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, khususnya faktor psikologis yang salah satunya adalah motivasi. Suatu dorongan di definisikan sebagai rangsangan internal yang kuat dan mendesak kearah suatu tindakan. Dorongan akan menjadi motivasi apabila dorongan tersebut diarahkan ke sesuatu objek atau rangsangan. Motivasi seseorang didalam melakukan pembelian tergantung pada kekuatan motivasi itu sendiri karena dorongan ini yang menyebabkan mengapa seseorang itu berusaha menetapkan dan mencapai tujuan untuk melakukan pembelian produk atau jasa yang diinginkanya. Motivasi seseorang menjadi peranan yang sangat penting karena dengan tingkat motivasi mereka dapat mempengaruhi keputusan pembelian. (hani handoko, 2001)

Penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan sepeda motor merek Honda di kawasan Surabaya Barat yang dilakukan oleh Wahyuni (2008). Menyatakan bahwa motivasi dalam diri akan mempengaruhi seseorang (konsumen) dalam melakukan pembelian karena didasarkan pada dorongan yang dimiliki misalya penilaian terhadap kualitas, harga, kenyamanan pemakaian terhadap barang yang dibutuhkan. Keputusan pembelian akan cepat terlaksana apabila muncul persepsi positif terhadap barang yang akan dibeli, sikap konsumen dapat dilihat dari kepercayaan,

emosional untuk memiliki suatu barang, dengan sikap yang positif maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2008) mendorong peneliti untuk melakukan replikasi penelitian dengan melakukan pengurangan variabel yaitu dari motivasi, persepsi, dan sikap konsumen menjadi motivasi konsumen saja. Bertujuan untuk agar lebih fokus terhadap salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dari uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah “hubungan motivasi konsumen dengan keputusan pembelian produk motor merek Yamaha”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat motivasi konsumen dalam pembelian produk motor merek Yamaha?
2. Bagaimana tingkat keputusan pembelian produk motor merek Yamaha?
3. Apakah ada hubungan motivasi konsumen dengan keputusan pembelian produk motor merek Yamaha?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat motivasi konsumen dalam pembelian produk motor merek Yamaha.

2. Untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian produk motor merek Yamaha.
3. Untuk mengetahui adanya hubungan antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian produk motor merek Yamaha.

#### **D. Manfaat Dan Kegunaan Penelitian**

##### 1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara teoritis mengenai hubungan motivasi dengan keputusan pembelian.

##### 2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dalam perusahaan yang terkait agar dapat mempertahankan kualitas dan kepercayaan terhadap konsumen.