

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangatlah beragam jenisnya, misalnya pilihan menggunakan angkutan darat, laut, maupun udara. Salah satu pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat jarak tempuh adalah dengan menggunakan motor honda. Motor honda merupakan salah satu alternatif kendaraan yang menjadi pilihan masyarakat karena dapat mempermudah dan mempercepat dalam mencapai tujuan, utamanya di dalam kota. Menyikapi gairah permintaan konsumen yang semakin tinggi terhadap permintaan motor honda, maka produsen otomotif berlomba-lomba untuk berinovasi menciptakan suatu produk yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen. Pilihan perusahaan untuk tetap eksis adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang, melihat kondisi saat ini menyebabkan perusahaan-perusahaan semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam

memenuhi volume penjualan (Umar, 2016) salah satu industry yang saat ini mengalami perkembangan cukup pesat yaitu industry otomotif, dimana masing-masing industry berusaha menonjolkan bentuk, ukuran, merek dan warna yang menarik pada setiap produknya. Munculnya bermacam-macam produk dengan fungsi

sama yang beredar dipasar membuat perusahaan harus memulai kegiatannya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar secara lebih memuaskan konsumen. Demikian halnya Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan motor Honda yang dalam melaksanakan kegiatannya dihadapkan pada persaingan dengan perusahaan-perusahaan bisnis otomotif lainnya. Dalam upaya meningkatkan penjualannya maka, perusahaan ini senantiasa focus pada pelayanan terhadap konsumen. Tentunya dengan melakukan pelayanan prima pada setiap kegiatan penjualan,

Dan oleh sebab itu konsumen harus dapat mengendalikan perubahan perilaku tersebut dengan perusahaan mengimbangnya, yakni dengan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan melalui evaluasi berskala demi kelangsungan hidup produsen itu sendiri tidak semua motor honda di minta oleh sebagian besar konsumen yang ada, tetapi hanya beberapa saja.

Motor Honda sepertinya sudah menjadi tuntutan para pengendara motor Honda terutama pengendara yang tidak mau repot ketika mau memindahkan gigi motornya karena motor ini tidak menggunakan system pemindahan gigi pada motor bebek lainnya, melainkan ketika mengendarainya pengendara hanya cukup mengatur gasnya saja, melihat keadaan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai menganalisis factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian motor Honda pada dealer mutiara timor star kota kupang untuk mencapai tujuanya itu memberikan kepuasan kepada konsumen yang merupakan salah satu dasar dalam menerapkan strategi pemasaran untuk mencapai tujuanya itu memberikan kepuasan

kepada konsumen, sehingga diharapkan dapat membawa peningkatan penjualan yang berakibat langsung pada peningkatan pasar.

Dimana jenis motor yang ada di pasaran otomotif indonesia sekarang ini kebanyakan berasal dari Asia khususnya jepang. Produk pabrikan jepang sangat diminati oleh konsumen karena memiliki pengalaman yang bagus terhadap produk tersebut. Seperti halnya merek motor honda yang dari dulu sudah terkenal dengan mesinnya yang bandel dan irit bahan bakar. Melihat beberapa kelebihan yang dimiliki pabrikan honda maka untuk menarik minat dan selera masyarakat, produsen lain mencoba untuk mengeluarkan desain-desain dan jenis motor terbaru, seperti jenis matic yang pertama kali dikeluarkan oleh pabrikan yamaha. Dengan dikeluarkannya jenis motor matic ternyata mampu merubah konsep diri konsumen yang selama ini telah menggunakan jenis motor bebek dan kebanyakan beralih menggunakan motor matic. Di kota kupang motor matic lebih diminati karena memiliki desain yang bagus, nyaman dikendarai, irit bahan bakar dan cocok untuk jalanan yang sering dilanda macet, sehingga tidak heran permintaan akan motor matic honda lebih banyak dibandingkan dengan motor bebek honda. Dalam hal ini permasalahan yang muncul adalah para konsumen belum sepenuhnya memahami akan berbagai jenis motor Honda matic sehingga dalam pembelian motor Honda masih mencari pertimbangan-pertimbangan untuk memutuskan pembelian produk tersebut, maka perlu diketahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian motor Honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang tersebut bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu (1) faktor kepribadian, (2) faktor seleksi, (3) dan faktor

pengalaman. Pentingnya mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian motor Honda merupakan dasar bijak dari penelitian yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Motor Honda Pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang”

**Tabel1.1**

**DATA PENJUALAN TAHUN 2019-2021**

Tipe	2019	2020	2021
Beat Street	48	72	84
Scoopy Sporty MMC	156	180	204
CRF 150L	96	96	108
CB 150 Versa SP	72	120	60
CBR 150RR Standar	144	168	180
Jumlah	516	636	636
Rata-rata	1,032	1,272	1,272

*Sumber: DEALER MUTIARA TIMOR STAR KOTA KUPANG*

Berdasarkan Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa ada peningkatan penjualan motor Honda mengalami fluktuasi jumlah penjualam atau naik turun. Dapat dilihat pada tahun 2021, dimana target penjualan perusahaan adalah 204 unit. Pada tahun 2021 ada peningkatan penjulan motor Honda tipe scoopy sporty MMC dengan jumlah 204 unit motor Honda yang terjual, dan yang terendah ada pada tipe motor Honda beat street.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MOTOR HONDA PADA DEALER**

### **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah”**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Motor Honda Pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang**”

### **1.3 Persoalan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah

1. Apakah faktor kepribadian berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang ?
2. Apakah faktor selera berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang?
3. Apakah faktor pengalaman berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang?

## **1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### 1.4.1 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui Pengaruh kepribadian terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor Honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh selera terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman terhadap perilaku konsumen dalam pembelian motor honda pada Dealer Mutiara Timor Star Kota Kupang

### 1.4.2 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

#### 1. Manfaat akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan bagi perusahaan dalam menetapkan strategi dibidang pemasaran untuk mengimbangi kualitas barang dan pengembangan ilmu pengetahuan difakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang

#### 2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai pertimbangan bagaimana jemen perusahaan dan dapat dijadikan pedoman dalam melihat kemajuan perusahaan.