BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keputusan pembelian penting untuk di perhatikan, agar meningkatkan strategi perusahaan. Proses dalam melakukan keputusan pembelian setiap orang pada dasarnya sama. Menurut Peter dan Olson (2013:163), keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan konsumen dapat merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasaan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan konsumen. Tentunya dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, ditentukan oleh berbagai faktor, baik dilihat dari segi merek ataupun pelayanan yang diinginkan. Citra merek yang baik mendorong pembeli untuk mengambil keputusan pembelian pada merek tertentu dan tidak mempertimbangkan merek lain (Rommy et al, 2018). Selain citra merek yang dimiliki oleh suatu produk kualitas layanan juga menjadi pemicu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Sutriani et al., (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2019: 249) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa

keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Ini mencakup semua aspek yang di kaitkan dengan merek tersebut, termasuk kualitas, nilai, gaya dan reputasi. Citra merek juga mencerminkan bagaimana merek dilihat, diingat, dan dipahami oleh konsumen, serta dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Membangun citra merek yang kuat memerlukan konsistensi, kepercayaan, dan pengalaman positif yang terus menerus bagi konsumen.

Menurut Tjiptono (2012:24) kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketetapan pengiriman mereka dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Dalam proses perubahan kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas layanan yang baik akan memuaskan, konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Jika perusahaan tersebut mampu memberikan pelayanan yang baik, maka secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan di sampaikan pelanggan yang satu, sehingga dapat menarik banyak pelanggan

Pada tahun 2023 ini yang terhitung dari bulan januari sampai desember terjadi penurunan volume penjualan pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang. Walaupun pada bulan tertentu volume penjualannya mengalami peningkatan, tetapi kembali menurun kembali pada bulan berikutnya. Berikut ini laporan penjualan Sepeda Motor Suzuki Kuanino Kota Kupang dari bulan Januari sampai Desember.

Tabel 1.1

**Data jumlah penjualan dan tipe unit Sepeda Motor Suzuki pada PT. Surya
Mahkota Kencana Kota Kupang.per Januari-Desember 2023**

No	Tipe unit	Total pembelian perbulan											
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Nexstandart	1	16	1	-	2	16	3	12	1	1	-	-
2	Satria fu 125	2	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-
3	Nex ellegant	1	1	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Nex croosover	-	-	-	-	1	1	-	-	-	2	2	-
5	Nex ellegant premium	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
6	GSXR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1

Sumber data : PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.

Dapat dilihat pada data diatas bahwa penjualan nex standart pada bulan januari terjual sebanyak 1 unit, kemudian mengalami peningkatan pada bulan februari sebanyak 16 unit yang berarti bahwa penjualan meningkat dengan perbandingan pada bulan sebelumnya sebanyak 15 unit,pada bulan maret mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu hanya terjual 1 unit saja, kemudian pada bulan april penjualan sepeda motor untuk tipe unit nex standar tidak mengalami pembelian oleh konsumen sama sekali, lalu pada bulan mei pembelian meningkat menjadi 2 unit dan pada bulan juni sebanyak 16 unit lalu pada bulan berikutnya yaitu juli hanya terjadi pembelian sebanyak 3 unit dan meningkat lagi pada bulan agustus yaitu sebanyak 12 unit dan mengalami penurunan kembali pada bulan berikutnya yaitu september yang hanya terjual 1

unit saja dan terjadi lagi pada bulan oktober sebanyak 1 unit kemudian pada dua bulan terakhir yaitu november dan desember tidak mengalami penjualan untuk jenis unit nex standart. Kemudian untuk jenis unit Satria Fu 125 mengalami pembelian pada tiga bulan yaitu pada bulan januari sebanyak 2 unit, bulan maret terjadi pembelian sebanyak 2 unit dan terakhir pada bulan mei mengalami penurunan yang hanya 1 unit yang terjual.

Lalu untuk jenis unit Nex Ellegant kegiatan pembelian terjadi pada bulan januari dengan total pembelian sebanyak 1 unit, pada bulan berikutnya jumlah pembelian sama dengan bulan januari yaitu sebanyak 1 unit kemudian mengalami peningkatan yang tidak terlalu signifikan pada bulan maret yaitu sebanyak 2 unit dan juga pada bulan berikutnya yaitu april dengan total pembelian sebanyak 2 unit. Kemudian untuk jenis unit Nex Croosover terjadi pembelian pada beberapa bulan saja yaitu pada bulan mei dengan total pembelian sebanyak 1 unit, lalupada bulan juni mengalami pembelian sebanyak 1 unit saja dan mengalami peningkatan pada bulan oktober sebanyak 2 unit, begitu pula pada bulan berikutnya yaitu november sebanyak 2 unit juga. Dan terakhir untuk jenis unit Nex ellegant Premium dan GSXR mengalami pembelian hanya pada bulan desember dengan masing-masing pembelian sebanyak 1 unit saja.

Adapun berbagai tipe produk varian motor Suzuki yang ditawarkan oleh Dealer Suzuki Kuanino Kota Kupang dengan jenis produk yang paling laku terjual pada konsumen dalam periode januari-desember 2023 yaitu Suzuki Nex standar dengan total pembelian sebanyak 53 unit. Produk Suzuki Nex Standart ini paling laku terjual pada konsumen bisa dipengaruhi oleh promosi untuk tipe Nex

Standart yang baik, kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau sehingga produk tersebut paling laku terjual pada konsumen. Kemudian diikuti oleh Suzuki Nex Ellegant dan Suzuki Nex Croosover dengan masing-masing total pembelian sebanyak 6 unit dengan kualitas produk dan promosi dipasaran yang baik, SuzukiSatria FU 150 FMX sebanyak 5 unit serta Suzuki Nex Ellegant Premium dan Suzuki GSXR dengan masing-masing pembelian sebanyak 1 unit.

Penurunan pembelian terhadap Sepeda Motor Suzuki ini disebabkan oleh berbagai macam hal bisa dikarenakan karena citra merek yang kurang baik, kualitas layanan yang diberikan kurang baik ataupun karena jenis-jenis motor yang dikeluarkan oleh perusahaan lain memiliki kualitas dan citra merek yang lebih baik dari apa yang telah perusahaan Suzuki berikan kepada konsumen

Berdasarkan hasil penjualan Sepeda Motor Suzuki pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang. Periode januari-desember 2023, meskipun secara menyeluruh mengalami penurunan, ada beberapa bulan yang dimana dalam bulan tersebut terdapat peningkatan pembelian. Hal ini bisa saja dipengaruhi oleh anggapan ataupun presepsi konsumen terhadap citra merek Sepeda Motor Suzuki yang baik serta kualitas layanan yang ditawarkan oleh PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.sehingga mampu meyakinkan konsumen untuk mengambil keputusan untuk membeli produk sepeda motor yang telah ditawarkan sebelumnya.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gusman dkk, tahun 2022 dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Menara Agung Padang, dengan hasil ini

menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan secara simultan / bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gultom & Purna Sari, tahun 2023 dengan judul Analisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha (studi kasus pada PT. SJKM titipapan), dengan hasil ini menunjukkan dilihat pengaruh kualitas pelayanan Terhadap keputusan pembelian diperoleh dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H4 ditolak yang berarti secara parsial Kualitas Pelayanan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian SepedaMotor pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka persoalan penelitian dalam ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakahcitra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan persoalan penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan Sepeda pada PT. Surya Mahkota Kencana Kota Kupang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat akademis

Hasil dari penelitian di harapkan dapat berguna sebagai referenensi perkembangan ilmu yang berkaitan dengan perilaku konsumen, dan dapat menambah wawasan dan informasi bagi penulis, pelaku usaha serta bagi pembaca dapat memahami faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen ataupun seseorang dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

- b. Manfaat praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah data informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai refensi bagi pihak yang melakukan penelitian, serta menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan pemahaman dalam penelitian