

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era globalisasi ini perkembangan zaman semakin maju banyak sekali perubahan-perubahan yang terjadi sangat signifikan dari era sebelumnya. Hal ini memunculkan perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu negara yang bersaing dengan produsen negara lain untuk menarik minat konsumen dalam perdagangan internasional. Dengan jumlah populasi terbesar keempat di dunia, Indonesia menjadi lahan basah bagi para produsen.

Industri sepeda motor di Indonesia terus berkembang pesat, dengan Honda Beat sebagai salah satu model yang sangat diminati oleh konsumen. Terkhususnya yang terjadi di provinsi NUSA TENGGARA TIMUR (NTT) persaingan pada sektor kendaraan bermotor juga sangat signifikan, dalam hal ini Honda pun menyediakan produk sepeda motor Honda Beat untuk bersaing dalam sektor otomotif.

Produsen Honda menyediakan sepeda motor Honda Beat dengan berbagai varian dan berbagai keunggulan lainnya di antaranya memiliki desain yang ramping, daya konsumsi BBM yang lebih irit di banding dengan pesaing-pesaingnya harga yang tergolong murah dan menyediakan tempat penyimpanan yang cukup besar sehingga dalam hal ini membuat para konsumen yang biasanya ingin pergi berbelanja ke pasar ataupun kemana saja sangat mudah untuk membawa barang-barangnya karena Honda Beat punya tempat penyimpanan yang

cukup besar. Ditambah lagi dengan reputasi honda yang sudah sangat di cintai dan disukai dalam lingkungan masyarakat krna honda sudah sangat terkenal dengan kekuatan mesinnya dan konsumsi BBM yang sangat irit membuat tingkat penjualan sepeda motor honda beat meningkat sangat pesat. Nah dalam ini perlu diketahui bahwa hal apa saja yang mempengaruhi tingkat penjualan yang tinggi tersebut,khususnya terkait dengan kualitas produk dan citra merek sepeda motor honda beat di kota kupang

Motor Honda sangat relevan dalam konteks persaingan pasar otomotif. Kualitas produk menjadi fokus utama karena konsumen cenderung mencari sepeda motor yang tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui desain, fitur, dan performa yang unggul. Berikut ini adalah beberapa tipe honda beat yang pernah hadir di pasar otomotif Indonesia

Tabel 1.1

Tipe-tipe Honda Beat di Indonesia

No	Tipe honda beat	Varian dan sistem bahan bakar
1	Beat facelift	Velg jari dan racing serta menggunakan karburator
2	Beat PGM-FI	Menggunakan sistem pembakaran fuel injection
3	Beat esp CW	Varaian yang sama tapi dengan bunyi starter yang lebih halus dari tipe sebelumnya
4	Beat pop esp	Hadir dengan bentuk yang cenderung lebih membulat
5	Beat esp fi	Geneerasi dengan dengan panel analog dan digital
6	Beat street esp	Hadir dengan penampilan istimewa yakni dengan posisi stang tela njang atau tidak ditutupi oleh batok
7	Beat deluxe esp cbs iss	Hadir dengan teknologi terbaru sisttem penarngan dengan menggunakan lampu depan led

Sumber: Astra Honda Motor Indonesia

Sementara itu, citra merek juga sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli sebuah produk apalagi seperti sepeda motor hal ini sangat berpengaruh karena seperti yang kita ketahui merek sepeda motor honda dari dulu itu sangat terkenal dengan kekuatan mesin dan tahanan keiritan bahan bakar sangat irit. Dengan memahami secara menyeluruh pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap Preferensi konsumen, produsen sepeda motor honda dapat mengoptimalkan strategi pemasaran. Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) mengemukakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Jienardy (2017), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam menentukan keputusan pembelian tentunya konsumen mempertimbangkan kualitas produk apakah telah sesuai untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan konsumen dan apakah telah sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen.

Menurut Kotler (2013:344), Citra merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi masa lalu terhadap merek, citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Jadi konsumen akan mengambil keputusan pada produk sepeda motor Honda jika yang diharapkan konsumen mengenai citra merek sepeda motor Honda sesuai yang diharapkan konsumen tersebut. Kualitas produk dan citra merek yang baik bisa saja akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Tabel 1.2

**Data Presentase Penjualan Sepeda Motor Bertipe Matic Menurut Top Brand
Award Tahun 2020-2024**

Nama Brand	2020	2021	2022	2023	2024
Honda Beat	35.80	35.60	34.20	35.60	28.00
Honda PCX	5.10	5.20	8.30	7.70	10.30
Honda Scoopy	8.90	12.10	9.90	9.70	20.00
Honda Vario	24.50	21.90	20.80	20.60	19.40

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan sepeda motor honda beat menempati presentase dengan penjualan tertinggi serta dari data tabel diatas dapat disimpulkan juga bahwa,menurut Top Brand Award presentase penjualan motor honda beat pada tahun 2020 Sebesar 35.80%, Pada Tahun 2021 sebesar 35.60%,pada tahun 2022 sebesar 34.20%,pada tahun 2023 sebesar 35.60%,dan pada tahun 2024 sebesar 28.00%, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam 5 tahun terakhir presentase penjualan motor honda beat selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam hal tersebut.

Tantangan yang Dihadapi.Industri motor honda menghadapi berbagai Persaingan Ketat Pasar motor sangat kompetitif dengan banyaknya merek besar seperti yamaha dan suzuki. Honda harus terus berinovasi untuk tetap kompetitif.Dalam hal ini untuk membuktikan peneltian ini benar-benar ada maka

disertakan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shintya Nisawaty, Ari Arisman, Kusuma Agdhi Rahwana, Dengan Judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pengguna sepeda motor Honda Beat di Kota Tasikmalaya)”. Dengan hasil penelitian. Citra Merek dan Kulaitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Kasikmalaya.

Serta penelitian yang dilakukan Devi Kusuma Putri, Wahyu Hidajat dan Widayanto. Dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt Astra Motor Center Pati (Studi Kasus Pada Pt Astra Motor Center Pati)”, dengan hasil penelitian. Variabel Citra Merek Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian sedangkan variabel Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Astra Motor Center Pati (Studi Kasus Pada Pt Astra Motor Center Pati).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Kupang”**.

1.2 MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis tabel penjualan motor diatas maka masalah yang ingin dibahas disini adalah **pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di kota kupang.**

1.3 PERSOALAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil rumusan masalah diatas maka dalam penelitian ini di paparkan persoalan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Kota Kupang ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Kota Kupang ?

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian motor honda beat di Kota Kupang.

1.4.2 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pustaka sebagai pengetahuan khususnya dalam mengetahui faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah data dan informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa, serta menambah wawasan mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.