

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat termasuk dalam industri otomotif. Sepeda motor menjadi salah satu barang yang banyak dibutuhkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Honda sebagai salah satu produsen sepeda motor terkemuka memiliki banyak varian produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Harga dan promosi merupakan dua faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen enggan untuk membeli produk tersebut, sedangkan harga yang terlalu rendah juga dapat membuat konsumen meragukan kualitas produk. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti diskon, bonus, dan hadiah yang di tawarkan.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan sepeda motor Honda untuk memahami pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat agar dapat menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya.

Menurut Tjiptono (2017:151) harga adalah ukuran lain (termasuk barang dan jasa lainnya) yang mempertukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Setyo (2017:758) harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang dibeli.

Menurut (Kasmir 2015:198) promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen untuk membeli. Menurut Daryanto (2011:94), promosi merupakan kegiatan akhir dari marketing mix yang penting karena umumnya pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dan keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen

Menurut Harahap (2015:227), Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu barang. Dengandemikian konsumen dalam melakukan pembelian memilih salah satu barang dengan kebutuhan dan keinginan. Menurut Assauri (2015:139), keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Shelly Purnama dengan judul “ Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Vario Techno Pada CV. Teknik Pematangsiangtar” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario Techno pada CV, artinya harga dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario Techno di CV.

Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Nandiroh dan Yolamalinda dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya” hasil penelitian ini menunjukkan (harga dan promosi) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Dharmasraya adalah pada variabel X1 (harga) kemudian diikuti variabel X2 (promosi). Hasil analisis regresi adalah $Y = 11,847 + 0,559X_1 + 0,0117X_2$, artinya harga dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen, diharapkan Perusahaan dapat mempertahankannya.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor Honda Beat dari Tahun 2020-2022
di Dealer Motor Dinamika Kupang

No	Tahun	Tipe	Harga/ Unit (Rp)	Terjual
1	2020	Honda Beat CBS Deluxe	- 17.364.000	84
		Honda Beat CBS ISS	- 17.150.000	71
		Honda Beat street	- 17.250.000	71
		Honda Beat CBS	- 16.850.000	35
2	2021	Honda Beat CBS Deluxe	- 19.643.000	125
		Honda Beat CBS ISS	- 18.365.000	105
		Honda Beat street	- 18.365.000	90
		Honda Beat CBS	- 17.665.000	66

3	2022	Honda Beat CBS Deluxe	- 20.589.000	171
		Honda Beat CBS ISS	- 19.850.000	129
			- 19.550.000	
		Honda Beat street	- 17.650.000	109
		Honda Beat CBS		75
Jumlah				1.132

Sumber Data: Dealer Dinamika

Berdasarkan tabel di atas, penjualan sepeda motor honda beat setiap tahun mengalami kenaikan. Dari tahun 2020 hingga 2022 mengalami kenaikan penjualan. Pada tahun 2020 terjual sebanyak 261 unit dengan harga Rp.16.850.000 sampai dengan harga Rp.17.364.000. Tahun 2021 terjual sebanyak 386 unit dengan harga Rp.17.665.000 samapai dengan harga Rp.19.643.00. Sedangkan tahun 2022 terjual sebanyak 485 unit dengan harga Rp.17.650.000 sampai dengan harga Rp. 20.589.000.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan urain-urain yang ada pada latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Dealer Motor Dinamika kupang”.

1.3 Persoalan Penelitian

- Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Dealer Motor Dinamika Kupang?
- Apakah Promosi berpengaruh terhdap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Dealer Motor Dinamika Kupang?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Dealer Motor Dinamika Kupang.

b. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan, manfaat yang dapat di ambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan refrensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Sebagai info dan pertimbangan bagi pemimpin Dealer Motor Dinamika Kupang dalam mengambil keputusan dan kebijakan bagi kelangsungan dan pencapaian usaha.

b) Bagi Pemerintahan

Sebagai acuan untuk memberikan pembinaan bagi Dealer Motor yang bergerak di bidang pemasaran motor khususnya Dealer Motor Dinamika Kupang.