

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi dunia saat ini telah mampu menjadikan hampir disetiap sektor menggunakannya, bahkan untuk memenuhi aktivitas maupun kegiatan setiap hari. Salah satu dampak dari kemajuan teknologi yang digunakan sehari-hari yaitu transportasi kendaraan roda dua atau sepeda motor. Sepeda motor menjadi transportasi yang sangat diminati oleh konsumen Indonesia karena dirasa lebih cepat dan efisien. Saat ini perkembangan dan kemajuan sepeda motor tumbuh sangat cepat di berbagai segmen, termasuk segmen motor sport yang saat ini menjadi populer dikalangan anak muda di Indonesia. Persaingan pada segmen motor sport seperti merek Honda dengan motor sport andalannya yaitu Honda CBR 150 dimana produk tersebut menjadi salah satu pilihan diantara merek lain dari pesaingnya (Kompas.com 2020).

Data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor (AISI) di Indonesia tahun 2020 tercatat total penjualan sebanyak 4.361.008 unit kendaraan. Untuk penjualan domestik sebesar 3.660.616 unit dan 700.392 unit untuk export. Angka tersebut mengalami penurunan 43,5% di tahun 2019 dimana untuk jumlah unit yang terjual sebanyak 6.487.460 kendaraan. Akan tetapi untuk penjualan export mengalami peningkatan dari 627.421 unit menjadi 700.392 unit (aisi.or.id, 2021). Tentunya penurunan untuk pasar domestik dikarenakan

masih terjadinya pandemi di Indonesia. Namun produsen otomotif akan terus berupaya meningkatkan penjualannya pada akhir kuartal tahun 2021 termasuk produsen dari merek Honda.

Honda merupakan perusahaan otomotif yang sudah sangat terkenal di Indonesia. Tidak hanya membuat produk sepeda motor, akan tetapi kendaraan roda empat juga menjadi fokus perusahaan tersebut. Honda adalah salah satu merek untuk sepeda motor yang sangat diminati konsumen Indonesia karena terkenal mesinnya yang irit dan bandel. Maka dari itu setiap keluaran sepeda motor tipe baru dari honda selalu laris oleh konsumen Indonesia. Salah satu perkembangan motor sport fairing 150cc juga menjadikan honda tertarik untuk memproduksi dengan motor sportnya Honda CBR 150 R. Persaingan motor sport fairing 150 cc tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi produsen seperti Honda. Para pesaingnya dari merek lain seperti Yamaha, Suzuki, maupun Kawasaki pun ikut meramaikan pasar motor sport fairing 150cc. Dari tahun 2019-2020, Honda selalu menjadi yang nomor 1 dalam penjualan motor sport fairing 150cc (Kompas.com 2021). Bentuk dari desain honda CBR 150 R memang menjadi primadona bagi para pecinta motor sport khususnya para anak muda.

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Motor Sport Fairing 150cc Tahun 2019**

Model	Tahun	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Total	Gap	Change	Share
CBR150R	2018	4,642	7,059	6,268	8,045	7,201	2,609	35,824	-1,290	-3.48%	51.61%
	2017	7,513	7,470	5,689	5,139	7,241	4,062	37,114			48,53%
R15	2018	5,061	2,609	2,237	4,342	5,674	4,893	24,816	2,395	10.68%	35.75%
	2017	2116	1268	1697	5820	8526	2994	22,421			29.32%
GSX-R150	2018	2,330	848	845	2,760	1,523	465	8,771	-8,172	-48.23%	12.64%
	2017	1,552	4,216	1,866	1,633	3,387	3,779	16,943			22.15%
Total	2018	12,033	10,516	9,350	15,147	14,398	7,967	69,411	-7,067	-9.24%	100.00%
	2017	11,181	12,954	9,252	12,592	19,664	10,835	76,478			100.00%

Sumber: Kompas.com, 2020

Terlihat penjualan Honda CBR 150R memiliki peringkat pertama dengan penjualan pada tahun 2019 mencapai 35.824 unit. Peringkat kedua di tempati oleh merek Yamaha dengan tipe R15 sebesar 24.816 unit. Peringkat terakhir yang mengalami penjualan terendah di tempati oleh merek dari Suzuki dengan tipe GSX-R 150 sebesar 8.771 unit.

Pastinya dalam memutuskan untuk membeli ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli, seperti variabel pada penelitian ini yaitu citra merek, harga dan kualitas produk. Dengan pertimbangan ketiga variabel tersebut konsumen mampu memutuskan apakah akan membeli produk dari Honda atau tidak. Kotler dan Keller (2014:166), keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.

Dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang berkualitas, tentunya nama besar merek menjadi salah satu alasan yang paling utama. Merek yang mempunyai citra yang baik dan sudah terbukti ketangguhannya akan jauh lebih diminati konsumen. Menurut Tjiptono (2015:49), citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*brand image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dinggung konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen. Honda saat ini masih menjadi merek yang paling diminati dan laris di pasar otomotif Indonesia. Citra merek Honda di Indonesia sendiri mendapatkan banyak fans fanatik dimana konsumen lebih percaya merek Honda daripada merek terkenal lainnya. Dengan nama besar Honda yang sudah lama menjual produk-produk otomotif mereka dengan perkembangan fitur-fitur yang kekinian menjadi salah satu kunci Honda semakin menjadi merek yang memiliki penjualan terbanyak di Indonesia khususnya sepeda motor.

Dalam pembelian sebuah produk seperti sepeda motor tentunya hal paling menjadi perhatian yaitu harga yang ditawarkan. Harga menjadi sesuatu yang sangat sensitif bagi konsumen dalam membeli sebuah produk. Ketika perusahaan menawarkan harga yang terlalu tinggi dari pesaingnya maka konsumen kemungkinan besar kurang tertarik bahkan cenderung malas untuk membelinya. Kotler dan Armstrong (2014:314), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan

produk atau jasa tersebut. Menetapkan harga juga tidaklah mudah, karena banyak sekali hal yang harus dipertimbangkan sebelumnya. Jika harga rendah maka permintaan produk yang ditawarkan akan meningkat dan jika harga produk tinggi maka permintaan produk akan semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang sangat besar di konsumen, hal pertama yang harus di lakukan untuk memberikan harga di suatu produk adalah apa tujuan dan perbuatan produk yang akan di beri harga tersebut. Honda sendiri menetapkan harga untuk CBR 150 R kisaran 30 jutaan dengan varian standart non ABS. Berikut adalah daftar harga motor sport fairing 150 cc:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Motor Sport Fairing 150cc 2021**

No.	Merek	Tipe	Harga
1.	Honda	CBR 150 R	33,3 juta rupiah
2.	Yamaha	R15	31,5 juta rupiah
3.	Suzuki	GSX-R 150	29,9 juta rupiah

Sumber: Oto.com, tahun 2021

Pada tabel 1.2 terlihat Honda CBR 150R mempunyai harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya seperti Yamaha dan Suzuki. Akan tetapi penjualan Honda CBR 150R menjadi yang terbaik dari para pesaingnya. Hal tersebut membuktikan bahwa Honda CBR 150R memiliki kualitas yang sangat baik dari pesaingnya.

Selain harga yang menjadi alasan konsumen membeli sebuah produk yaitu kualitas produk itu sendiri. Produk yang berkualitas tidak hanya dilihat dari harga yang mahal, akan tetapi memiliki keunggulan pada ketahanan

penggunaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Sepeda motor merek Honda sudah membuktikan bahwa kualitas mesin yang dimiliki Honda dari dulu mendapatkan apresiasi baik dari konsumen.

Dari latar belakang di atas Indonesia merupakan salah satu pasar potensial untuk motor Sport fairing dengan menggunakan tenaga mesin 150cc. Meskipun saat ini banyak bermunculan motor sport fairing bermesin 250cc, akan tetapi target untuk mesin 150cc adalah kelas menengah kebawah dimana body motor menjadi lebih ramping, irit dan tentunya harganya jauh lebih murah.

*Research Gap* pada penelitian ini mengenai pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Ninik, dkk (2016) menyatakan citra merek berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda motor matic di PT. Zirang Honda Semarang. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anwar, dkk (2017) menyatakan citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di Yamaha Mataram Sakti Jl. Karangtengah Demak.

Penelitian yang dilakukan Rasyid dan Indah (2018) menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan Yuriandi dan Lindawati

(2016) menyatakan harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda.

Penelitian yang dilakukan Sagarawanti dan Hidayat (2018) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio di Malang. Sedangkan penelitian yang dilakukan Rawung, dkk (2015) menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik memilih judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CBR 150 R DI KECAMATAN SLUKE KABUPATEN REMBANG”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Agar mempermudah pada saat melakukan penelitian ini dan penelitian dapat berjalan dengan baik serta terarah, maka perlu untuk membuat batasan dari permasalahan. Adapun ruang lingkup permasalahan pada penulisan penelitian ini, yaitu :

1. Obyek pada penelitian ini yaitu sepeda motor Honda CBR 150R.
2. Variabel yang diteliti meliputi variabel citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R.
3. Responden yang diteliti yaitu pengguna sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang.
4. Jangka waktu penelitian selama 4 bulan.

### 1.3 Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut berikut:

1. Citra merek: Meskipun sepeda motor merek Honda sangat diminati konsumen Indonesia, akan tetapi untuk pasar motor sport khususnya Fairing masih dipegang oleh merek lain dengan spek dan performa mesin lebih baik.
2. Harga: Honda sering menaikkan harga sepeda motornya lebih cepat dari pada merek lain ketika penjualannya mulai banyak.
3. Kualitas produk: Kualitas cat sepeda motor dan mesin honda untuk motor sport fairing masih menggunakan basis dari motor pendahulunya dan hanya merubah dari segi desain maupun kompresi.

Bedasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang?
4. Apakah citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang.
4. Menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang secara berganda.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi baik itu teoritis dan empiris tentang citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan pedoman dan referensi untuk penelitian dimasa mendatang pada bidang yang sama.
3. Bagi perusahaan, dapat memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan dan aktivitas-aktivitas di bidang pemasaran yaitu citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150R di Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang.