

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Aktifitas dari kegiatan masyarakat pada umumnya pada saat ini cenderung menggunakan sepeda motor, terlihat dari jalan-jalan di Kota besar khususnya di Kota Bandung sering sekali menjadi padat akibat penuh sesaknya dipadati oleh kendaraan bermotor. Sepeda motor pada saat ini menjadi pilihan bagi banyak orang untuk menemani aktifitasnya sehari-hari karena menghindari jalan-jalan yang padat dan menimbulkan kemacetan, aktifitas tersebut seperti kuliah, bekerja, sekolah, berdagang dan aktifitas lainnya yang dapat dipenuhi dan di maksimalkan apabila menggunakan sepeda motor. Banyak dari kalangan anak-anak muda hingga dewasa pada umumnya gemar menggunakan sepeda motor yang cepat, handal, *sporty* dan memiliki kapasitas mesin yang cukup besar (*dapurpacu.com* ; 2015). Oleh karena itu kualitas produk motor yang baik pada saat ini lebih menjadi pilihan bagi masyarakat yang memiliki aktifitas yang cukup padat, seperti yang sudah dikemukakan oleh Kotler (2010:351) bahwa kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Kendaraan roda dua atau sepeda motor yang dilepaskan oleh dominasi Industri Otomotif di Indonesia dengan memiliki dapur pacu yang cepat dan digemari oleh anak-anak muda ada pada sepeda motor dengan mesin berkapasitas 250 cc, karena sepeda motor yang diluncurkan untuk mesin 250 cc adalah motor-motor yang didominasi dengan jenis motor *sport* dan memiliki desain dinamis juga keren yang banyak digemari oleh anak-anak muda pada saat ini. Menurut Hamdani (2009:176) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan pemberian dari perusahaan dimana dapat menciptakan suatu persepsi positif dari konsumen dimana dari hasil pengamatan penulis, konsumen pada saat ini cenderung lebih memilih untuk

memutuskan membeli dan menggunakan motor dengan kapasitas mesin 250 cc. Konsumen yang memutuskan untuk membeli motor dengan kapasitas mesin 250 cc tersebut jatuh kepada Kawasaki Ninja 250 cc, padahal ada produk yang baru saja keluar dalam kurun waktu 2 tahun ini dimana produk tersebut memiliki inovasi dan teknologi mesin yang lebih tinggi yaitu Yamaha YZF R25.

Karena Persaingan pabrikan motor untuk meraih konsumen khususnya anak-anak muda sebanyak-banyaknya kian ketat pada segmen motor-motor sport kelas 250 cc. Kawasaki dan Yamaha sebagai penguasa pasar motor sport di Indonesia sudah meluncurkan motor andalan mereka masing-masing pada akhir tahun 2014 dan sekarang sudah dalam posisi penjualan, yakni kawasaki ninja 250 FI dan Yamaha YZF R25. Tahun 2014 Yamaha mengeluarkan sport 250 cc FI berusaha mengalahkan penjualan pesaing utamanya yaitu Kawasaki Ninja yang sudah bermain di kelas 250 cc sejak tahun 2008. Struktur penjualan motor *sport* kelas 250cc yang sebelumnya diprediksi akan berubah menyusul kehadiran *sport* baru Yamaha ini. Sebab Yamaha mengeluarkan produk yang berbeda dengan *sport* lain yang terkesan biasa saja. Yamaha terlihat mendominasi penjualan motor *sport* 250 cc atau dengan kapasitas mesin dua silinder ini. Produk Yamaha yang mengisi segmen ini adalah Yamaha YZF R25, mulai dari total penjualan hingga unit (Hasil wawancara dengan *marketing* Yamaha Cicadas bapak Rudi; 2015).

Sepeda motor termasuk ke dalam golongan *Durable Goods* yaitu barang yang tahan lama dengan frekuensi pemakaian yang tinggi. Setiap orang memiliki selera tersendiri terhadap sepeda motor seperti apa yang digemarinya dan tentunya di setiap negara selera masyarakat terhadap sepeda motor berbeda. Di indonesia sekarang motor yang marak digunakan adalah *skutik* serta motor *genre sport* dapat dilihat di kota-kota besar.

Keyakinan prediksi tersebut karena Yamaha YZF R25 secara konstruksi memiliki mesin 250 cc, dua silinder segaris yang menjadi magnet pasar motor *sport* saat ini. Yamaha YZF R25 merupakan pengembangan dari Yamaha Indonesia yang disesuaikan dengan kondisi jalan perkotaan di Indonesia. Yamaha R25 sendiri

memiliki perbedaan cukup banyak dari pesaingnya, seperti desain yang mengadopsi moto GP yang benar-benar baru. Yamaha YZF R25 bervolume silinder 249,8 cc dan bersistem injeksi bahan bakar, dimana hal tersebut sangat mirip dengan spesifikasi Kawasaki Ninja 250 cc FI (Hasil wawancara dengan *marketing* Yamaha Cicadas bapak Rudi; 2015). Hal ini menjadi menarik karena telah disebutkan oleh Kotler (2006) saat ini para konsumen atau calon konsumen lebih edukatif dalam hal mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk membeli suatu produk atau produk jasa dari suatu perusahaan yang mereka yakini menawarkan “nilai” yang diimajinasikan konsumen yang tertinggi atau superior, namun pada kenyataannya mahasiswa Universitas Widyatama lebih memilih Kawasaki Ninja 250 cc FI dibandingkan dengan Yamaha YZF R25 yang memiliki kapasitas mesin dan spesifikasi yang lebih inovatif bahkan harganya lebih murah dibandingkan dengan Kawasaki Ninja 250 cc FI. Dalam suatu kesempatan, perbandingan pengujian performa dari sepeda motor Yamaha YZF R25 dan Kawasaki Ninja 250 cc FI dapat terlihat sebagai berikut.

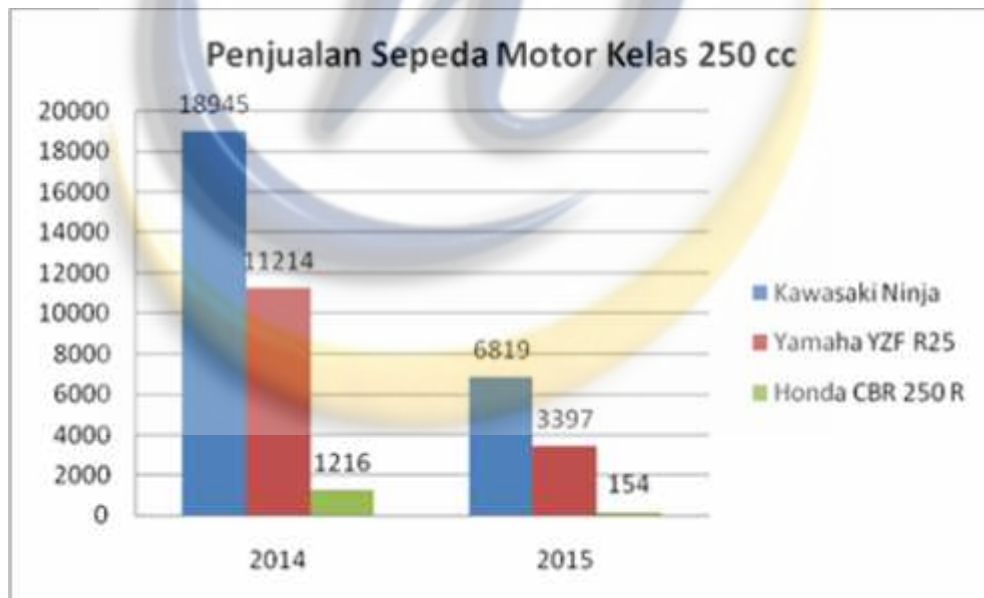
**Tabel 1.1.**  
**Performa Yamaha YZF R25 dan Kawasaki Ninja 250 cc FI**

<b>Tipe Tes</b>	<b>Yamaha YZF R25</b>	<b>Ninja 250 cc FI</b>
<b>0-60 KM/Jam</b>	3.1	3.2
<b>0-80 KM/Jam</b>	4.7	5
<b>0-100 Km/Jam</b>	7	7.5
<b>0-100 Meter</b>	6.3	6.5
<b>0-201 Meter</b>	9.7	10
<b>0-402 Meter</b>	15.5	16
<b>Top Speed On Speedo</b>	170 Km/Jam	161 Km/Jam
<b>Top Speed On Racelogic</b>	158.4 Km/Jam	149 Km/Jam
<b>Konsumsi Bensin</b>	22.7 Km/Liter	20.8 Km/Liter
<b>Power On Wheels</b>	29.43 hp	26.21 hp
<b>Torque On Wheels</b>	19.20 Nm	17.67 Nm
<b>Bobot</b>	166 kg	160 kg
<b>PTWR (hp/kg)</b>	0.177	0.152
<b>Harga</b>	Rp 53.000.000	Rp 65.000.000
<b>Pilihan Warna</b>	6 warna	4 warna
<b>Tempat Service (Kota Bandung)</b>	59	8
<b>Kelengkapan Suku Cadang</b>	Tersedia	Pre-Order

Sumber : Majalah Otomotif Edisi 05 : XXIV 2015

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa performa Yamaha YZF R25 lebih unggul dibandingkan dengan Kawasaki Ninja 250 cc FI, dapat terlihat dari tipe tes pengujian awal dengan uji kecepatan dari Yamaha YZF R25 ini lebih cepat 0.1 detik dibandingkan dengan Kawasaki Ninja 250 cc FI dan pengujian maupun perbandingan lainnya pun masih tetap dimiliki dan juga diunggulkan oleh sepeda motor Yamaha YZF R25.

akan tetapi menurut data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) ([aisi.or.id](http://aisi.or.id); 2015), hasil penjualan Yamaha YZF R25 masih mengecewakan di pasar domestik dalam tahun 2015. Yamaha hanya mencatatkan penjualan 3.397 unit. Hasil ini anjlok cukup dalam jika dibandingkan total penjualan pada tahun sebelumnya, yang dipasarkan sejak Juli 2014 (enam bulan), yakni 11.214 unit. Berikut grafik penjualan Yamaha YZF R25.



**Grafik 1.1.**  
**Penjualan Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja se-Indonesia**  
**Bulan Juli Tahun 2014-Juni 2015**

Sumber : Diolah dari KompasOtomotif.com

Dari data di atas dapat dilihat bahwa penjualan Yamaha YZF R25 menunjukkan penurunan artinya, rata-rata penjualan Yamaha YZF R25 tahun 2015

hanya 679 unit per-bulan, turun jauh dari tahun lalu, 1.869 unit (per-bulan). Kawasaki justru berhasil memimpin segmen ini, dengan hasil 6.819 unit untuk periode 2015. Hasil ini diperoleh lewat penjualan dua varian, yakni standar 1.332 unit dan rem *Antilock-Brake System* (ABS) 5.487 unit. Penjualan tersebut seharusnya dipengaruhi oleh harga seperti yang disebutkan oleh Tjiptono (2014:320) dimana penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu dimana relatif terhadap harga pesaing, namun dari data diatas menunjukkan kebalikannya dimana harga Kawasaki Ninja 250 FI yang terpatut lebih mahal daripada Yamaha YZF R25 yang harganya relatif lebih murah.

Promosi Yamaha YZF R25 di Kota Bandung sendiri lebih tinggi dibanding Kawasaki, berdasarkan informasi didapatkan hasil kegiatan promosi selama empat bulan yang dilakukan di kota Bandung antara lain Mal BIP, Mal PVJ, Miko Mall, dan pameran-pameran di Graha Siliwangi, dan Toserba Borma.

**Tabel 1.2.**  
**Kegiatan Promosi Yamaha R25 dan Kawasaki Ninja Tahun 2015**

<b>Tahun 2015</b>	<b>Minggu</b>	<b>Yamaha</b>	<b>Kawasaki</b>
<b>Januari</b>	Minggu I	7	2
	Minggu II	8	0
	Minggu III	4	0
	Minggu IV	4	0
<b>Februari</b>	Minggu I	5	4
	Minggu II	5	3
	Minggu III	9	2
	Minggu IV	12	4
<b>Maret</b>	Minggu I	9	3
	Minggu II	10	4
	Minggu III	12	4
	Minggu IV	15	1
<b>April</b>	Minggu I	16	4
	Minggu II	12	4
	Minggu III	14	2
	Minggu IV	11	2

Sumber: Dealer Yamaha dan Kawasaki Cicadas, 2015

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kegiatan promosi yang dilakukan Yamaha lebih banyak dibandingkan Kawasaki Ninja, namun hasil penjualan yang ditunjukkan pada grafik 1.1. cenderung penjualan dari Yamaha YZF R25 menurun hal ini berbanding terbalik dari yang dikemukakan oleh Hermawan (2012:273) bahwa promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu guna untuk mendorong pembelian konsumen.

Dengan demikian dapat terlihat bahwa Yamaha YZF R25 walaupun memiliki spesifikasi yang unggul dari Kawasaki Ninja 250 cc, namun rata-rata calon konsumen yang memutuskan untuk membeli Kawasaki Ninja 250 cc FI masih relatif tinggi apabila dibandingkan dengan banyaknya jumlah motor Kawasaki Ninja 250 cc FI yang terjual dari data penjualan grafik 1.1. diatas. Karena seperti yang diungkapkan oleh Kotler (dalam Adriansyah, 2012:36) yaitu tujuan dalam membeli sebuah produk, pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, pemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian, walaupun informasi dari perawatan Kawasaki Ninja 250 cc FI lebih sulit dan cenderung suku cadang yang disediakan juga cukup langka dan juga mahal dibandingkan dengan Yamaha YZF R25. Seorang individu yang menaruh perhatian terhadap sesuatu yang disukai itu sama sekali tidak akan menghiraukan untuk memutuskan menggunakan sesuatu yang lain (Getels dalam Djamarah; 2008), calon konsumen yang menggunakan Kawasaki Ninja 250 cc FI tidak menghiraukan keunggulan yang ditawarkan dari produk yang dikeluarkan oleh Yamaha yaitu Yamaha YZF R25.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas maka peneliti dapat mengambil masalah dalam penelitian ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Yamaha YZF R25 di Yamaha Cicadas Kota Bandung** “.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang menjadi latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana kualitas produk mengenai produk Yamaha YZF R25.
2. Bagaimana promosi penjualan mengenai produk Yamaha YZF R25.
3. Bagaimana harga produk mengenai Yamaha YZF R25.
4. Bagaimana proses keputusan konsumen *Dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli Yamaha YZF R25.
5. Bagaimana kualitas produk, promosi dan harga terhadap proses keputusan konsumen *Dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli Yamaha YZF R25.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data serta menginterpretasikannya tentang kualitas produk Yamaha YZF R25 dan kegiatan promosi produk Yamaha YZF R25 dalam menentukan proses keputusan konsumen *dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli sepeda motor 250 cc yang dilakukan secara komprehensif.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai Kualitas Produk mengenai produk Yamaha YZF R25.
2. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai Promosi penjualan mengenai produk Yamaha YZF R25.
3. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai harga produk mengenai Yamaha YZF R25.
4. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai Proses Keputusan Konsumen *Dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli Yamaha YZF R25.

5. Untuk mendapatkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap proses keputusan konsumen *Dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli Yamaha YZF R25.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Implikasi Akademik

Penelitian ini dapat mengungkapkan hubungan antara pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap proses keputusan konsumen *Dealer* Yamaha Cicadas Kota Bandung untuk membeli Yamaha YZF R25.

2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini dapat menambah gagasan pemikiran dan masukan kepada proses keputusan konsumen dalam memilih kendaraan roda dua atau sepeda motor dengan memiliki kualitas produk dan promosi Yamaha YZF R25 dimana produk tersebut hampir mirip spesifikasinya dengan Kawasaki Ninja 250 cc FI, disamping itu memiliki kemudahan dalam perawatannya dan perbedaan harga.