

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern setiap perusahaan dituntut untuk memberikan, menemukan atau menciptakan produk baru melalui inovasi untuk dapat bersaing dipasar. Setiap perusahaan harus dapat melihat peluang yang ada untuk dapat masuk ke pasar yang dituju. Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat setiap perusahaan yang ada, khususnya perusahaan yang berkibrah dibidang teknologi saling menunjukkan inovasi-inovasi yang baru. Pada saat ini generasi muda sudah memiliki keingintahuan yang tinggi sehingga dengan mudah mengikuti perubahan zaman yang memberikan dampak pada pengetahuan yang tinggi terhadap teknologi. Kesadaran konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian menjadi sebuah landasan bagi perusahaan untuk memberikan kualitas yang baik terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Inovasi merupakan penemuan baru yang selalu diutamakan oleh setiap perusahaan untuk memberikan sesuatu yang dapat menarik konsumen dan memberikan perbedaan dengan perusahaan lain. Hal tersebut terbukti dengan diproduksi motor dengan jenis sama namun ada kata *all new*, dengan kata lain adanya inovasi yang berbeda dari sebelumnya. Namun tidak selalu sebuah perusahaan yang mempunyai inovasi dapat berjalan dengan lancar memasuki pasar kalau tidak didukung dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan, keinginan, daya beli konsumen, kualitas produk, layanan purna jual

dan lain-lain. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya dan juga mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba. Kualitas produk dan layanan purna jual salah satu strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk mempengaruhi perilaku konsumen.

Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat.

Kemunculan kendaraan roda dua membuktikan bahwa sepeda motor bukan hanya alat transportasi gerak cepat, melainkan alat transportasi yang praktis dan terjangkau. Motor menjadi kendaraan yang banyak digunakan oleh banyak pihak dalam melakukan kegiatan. Saat ini rata-rata masyarakat yang menggunakan atau memiliki motor dari berbagai kalangan usia dan golongan atas, menengah maupun bawah. Keberadaan motor di Indonesia sangat banyak penggunaannya. Peluang masyarakat untuk memiliki sepeda motor sangat besar karena kemudahan yang diberikan dengan membayar uang muka dapat membawa satu unit sepeda motor.

PT Astra Honda Motor (AHM) sebagai produsen dan distribusi motor merek

Honda di Indonesia telah mengembangkan kualitas produk dan layanan purna jual sebagai respon atas keinginan dan kebutuhan konsumen. PT Astra Motor Honda telah menyediakan bengkel resmi yang bertujuan melayani pelanggan sepeda motor Honda yang memiliki kendala atau keluhan terhadap produk motor Honda.

Malang adalah salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk terbesar kedua setelah Surabaya di Jawa Timur ([jatim.bps.go.id](http://jatim.bps.go.id)). Hasil survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa Malang mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya mulai dari tahun 2011 sampai 2015. Satuan Lantas Polres Malang Kota menyebutkan kendaraan roda dua tembus hingga angka 175 ribu atau sekitar 3 ribu sepeda motor baru setiap bulannya. Tahun 2013, tercatat jumlah sepeda motor baru yang masuk Kota Malang mencapai 37 ribu unit.

MPM Honda, mengklaim selama tahun 2014 ini sejak bulan Januari hingga Juli telah menjual sebanyak 65 ribu motor di Malang Raya. Sesuai data itu, penjualan motornya naik 72 persen mulai Januari hingga Juli. Sebab, setiap bulannya di Malang Raya laku sekitar 9.500 hingga 10 ribu motor ([www.lensaindonesia.com](http://www.lensaindonesia.com), 02/09/2014). Distribusi rata-rata pengeluaran perkapita sebulan menurut jenis pengeluaran bahan bakar adalah salah satu pengeluaran terbesar masyarakat kota.

Kualitas merupakan kemampuan dan daya tahan produk. Konsumen yang telah menjatuhkan pilihan untuk melakukan pembelian tidak ingin kecewa dengan keputusannya karena kualitas yang dibeli tidak baik. Hal itu yang membuat konsumen melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2004:347) kualitas produk adalah kemampuan

suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsi. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan, diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Selain itu konsumen juga menilai layanan purna jual yang diberikan perusahaan kepada konsumen setelah melakukan pembelian. Layanan purna jual merupakan pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesudah melakukan pembelian dalam upaya mempertahankan kepercayaan pelanggan. Layanan purna jual dapat berupa perbaikan (*service*), garansi dan suku cadang. Pertama, perbaikan merupakan salah satu layanan produsen maupun distributor untuk memastikan apabila barang yang sudah berada ditangan konsumen mengalami kerusakan, maka pihak penyedia barang dapat memperbaiki kondisi barang tersebut semampu tenaga ahli montir untuk memenuhi harapan konsumen. Kesiapan, tanggapan dan pemecahan masalah yang diberikan produsen untuk menerima dan melayani konsumen menjadi hal penting bagi perusahaan untuk menunjukkan kepedulian produsen terhadap konsumen. Kedua, garansi merupakan jaminan yang diberikan produsen kepada konsumen tanpa dikenakan biaya sedikit apabila barang tersebut mengalami kerusakan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh pihak penyedia produk selama barang tersebut masih dalam masa garansi.

Keputusan Pembelian adalah pilihan yang diatuhkan konsumen untuk melakukan pembelian setelah memperhatikan pertimbangan-pertimbangan. Konsumen pada umumnya selalu melakukan pencarian informasi sebelum membeli supaya tidak ada keraguan atau penyesalan yang muncul setelah

malakukan transaksi pembelian. Menurut Assael dalam Sutisna (2003:14) keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan dan keinginan atau disebut *need arousal*.

Penulis memilih perusahaan Honda dikarenakan perusahaan tersebut sudah lama berkiprah di dunia otomotif dan memiliki pangsa pasar yang luas. Perusahaan Honda (AHM) dapat mempertahankan predikat perusahaan dengan reputasi terbaik selama satu dekade dan mendapatkan penghargaan dari Indonesia's Most Admired Company (IMAC) 2017 (sumber: [www.otospirit.com](http://www.otospirit.com)). PT Astra Honda Motor (AHM) menggelar Kontes Layanan Honda Nasional 2016 sebagai salah satu upaya berkesinambungan perusahaan dalam menghadirkan layanan terbaik bagi konsumen sepeda motor Honda. Kegiatan ini digelar dalam tiga kategori sesuai dengan intensitas petugas dalam melayani konsumen, yaitu Front Line People (FLP), Delivery-man, dan Pimpinan Jaringan Honda.

Kontes layanan Honda merupakan salah satu upaya yang secara rutin diselenggarakan AHM guna mengasah keterampilan dan meningkatkan kualitas para petugas yang berada di garda terdepan pemberian pelayanan terhadap konsumen di Tanah Air (Sumber: [www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com)). Honda merupakan pemimpin pasar otomotif di Indonesia, hal tersebut terbukti berdasarkan data yang didapat penulis dari sumber terpercaya yaitu Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI). Data penjualan motor di Indonesia dari tahun 2014 sampai tahun 2016 dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Penjualan Motor di Indonesia

<b>Merek</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Honda	5.055.510 (63,92%)	4.453.888 (68,73%)	4.380.888 (73,86%)
Yamaha	2.390.902 (30,23%)	1.798.630 (27,76%)	1.394.078 (23,50%)
Suzuki	275.284 (3,48%)	109.882 (1,69%)	56.824 (0,96%)
Kawasaki	165.231 (2,09%)	115.008 (1,78%)	97.622 (1,65%)
TVS	22.114 (0,28%)	2.747 (0,04%)	1.873 (0,03%)
Total	7.908.941 (100%)	6.480.155 (100%)	5.931.285 (100%)

Sumber: AISI

Berdasarkan data penjualan diatas, penjualan motor setiap tahunnya mengalami penurunan. Penjualan motor Honda mengalami penurunan setiap tahunnya hal tersebut terbukti/dilihat dari data penjualan motor di Indonesia tahun 2014 sampai 2016. Di lain sisi walaupun jumlah penjualan honda menurun namun pangsa pasar honda mengalami peningkatan secara konsisten tahun 2014 sampai tahun 2016 apabila dibandingkan dengan merek motor lainnya yang mengalami penurunan. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Honda mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar motor. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa perlu mengkaji lebih mendalam mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian (survei pada konsumen sepeda motor merek honda di Kota Malang Jawa Timur) ”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat penulis merumuskan masalah untuk diteliti, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk sepeda motor merek honda berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah layanan purna jual sepeda motor merek honda berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah kualitas produk dan layanan purna jual sepeda motor merek honda secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk sepeda motor merek honda terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh layanan purna jual sepeda motor merek honda terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual sepeda motor merek honda secara simultan terhadap keputusan pembelian.

### **D. Kontribusi Penelitian**

Aktivitas penelitian dapat memberi makna yang berarti apabila hasil-hasil penelitian dapat memberikan keuntungan positif bagi pihak yang berkepentingan.

Adapun kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kontribusi secara praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian menjadi sebuah

informasi dan rekomendasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengetahui perilaku konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian.

## 2. Kontribusi secara akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian, perbandingan dan referensi bagi peneliti berikutnya dengan tema pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan pengertian kualitas produk, dimensi kualitas produk, pengertian layanan, pengertian layanan purna jual, komponen layanan purna jual, pengertian perilaku konsumen, model perilaku konsumen, karakteristik perilaku konsumen, pengertian keputusan pembelian, tahap proses pembelian, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian, hubungan layanan purna jual dengan keputusan pembelian, kerangka teori pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, uji validitas dan uji reabilitas, teknik pengumpulan data, analisa data.



#### BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, gambaran umum responden, gambaran distribusi frekuensi variabel-variabel, asumsi uji klasik, analisis data dan interpretasi, dan pembahasan.

#### BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.