BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistibusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Sehingga sangat menentukan tercapainya tujuan perusahaan dalam menghasilkan produk yang baik dan didalam melakukan operasionalnya setiap perusahaan menginginkan agar perusahaan mereka mendapat keuntungan atau laba yang dapat membantu kelancaran kehidupan perusahaan dalam proses memproduksi dan mendistribusikan barang di masa yang akan datang.

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktivitas pemasaran dan suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan dari setiap periode ke periode selanjutnya dan dibutuhkan juga strategi untuk mempengaruhi pasar dalam penjualan. Pada dasarnya produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan sangat berpengaruh terhadap penjualan dan pembelian produk itu sendiri. Perkembangan dan persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat, kebijakan dan strategi dari perusahaaan-perusahaan juga mengalami banyak

inovasi dan kreatifitas, sebuah kepercayaan dan loyalitas dari konsumen sangatlah berarti bagi perusahaan dan tentunya dengan penjualan yang dilakukan, perusahaan ingin mendapat profit atau keuntungan yang maksimal.

Peran pemasaran sangat penting bagi sebuah perusahaan, seperti yang dikemukakan Keller (2010: 107) "keberhasilan keuangan sering tergantung pada kemampuan pemasaran. Operasi keuangan, akunting, dan fungsi bisnis lainnya sesungguhnya tidak berarti kalau tidak ada permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba." (Keller, 2010: 114). Dengan kata lain pemasaran merupakan ujung tombak bagi sebuah perusahaan. Semakin dinamisnya dunia pemasaran, serta mengingat penduduk Indonesia konsumtif maka menjadi sasaran "empuk" para pebisnis untuk menawarkan dan menjual produk ataupun jasanya untuk mencapai profit yang maksimal. Mereka juga menyadari bahwa keuntungan semata tidaklah cukup untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnisnya, maka berbagai cara dilakukan untuk mempertahankan pangsa pasarnya dan kelanjutan bisnisnya.

Persaingan dalam dunia bisnis di seluruh dunia semakin tinggi dan semakin ketat, setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang setiap harinya akan selalu bertumbuh. Pembelian konsumen merupakan hal yang unik karena preferensi setiap orang terhadap suatu produk berbeda-beda. Usaha bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat pada beberapa tahun terakhir ini dengan berbagai

macam bentuk dan jenisnya. Seiring dengan pesatnya perkembangan usaha ritel ini, maka persaingan di bidang pemasaran ritel atau eceran pun semakin meningkat. Keadaan ini mendorong timbulnya persaingan sengit dalam bisnis, terutama di bidang pemasaran. Setiap perusahaan akan berlomba-lomba untuk memuncaki dan memperoleh dominasi merek. Akhirnya akan mendorong terjadinya perang merek. Akibatnya pengelolaan, pengembangan, dan penguatan merek dipandang sebagai sebuah keharusan.

Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2015: 143) arti dari Kualitas Produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuanya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Schiffman dan Kanuk (2009: 98), Kualitas Produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut Tjiptono (2011: 176) Kualitas Produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun

akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler, 2015: 145).

Berikut ini Data Jumlah Konsumen Honda Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022 :

Tabel 1.1
Data Jumlah Konsumen Honda Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022

Tahun	Jumlah Konsumen (orang)	Perkembangan (%)
2018	751	-
2019	818	8,92
2020	892	9,04
2021	796	(10,76)
2022	519	(34,79)

Sumber Data : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 data jumlah konsumen Honda Vario pada PT.Patria Anugrah Sentosa Jambi ditahun 2019 dengan perkembangan sebesar 8,92%. Sedangkan ditahun 2020 mengalami peningkatan dengan perkembangan sebesar 9,04%. Pada tahun terakhir 2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan perkembangan sebesar (34,79)%. Berikut Data Spesifikasi Honda New Vario :

Tabel 1.2

Data Spesifikasi Honda New Vario

No.	Keunggulan	Fitur
1	Desain premium yang sporty, tajam dan futuristik.	Smart Key System
2	Kapasitas mesin 150 CC dengan pendingin cairan	Dual Keen LED Headlight, Sistem pencahayaan dengan teknologi LED berdesain futuristik yang memberikan image canggih & mewah
3	Performa terbaik untuk kelas matic dengan akselerasi 11,94 detik pada jarak 0-200 m	ACG Starter yang membuat suara lebih halus pada saat mesin dihidupkan.
4	Irit bahan bakar	Full digital Panelmeter terbaru dan canggih – Memuat informasi konsumsi bahan bakar, jam digital, speedometer, tripmeter, pergantian oli, smart key, indikator baterai & tegangan aki
5	Ramah lingkungan	New Sporty Wheel with Bigger Tire – Velg baru dengan desain sporty dan ukuran ban lebih besar semakin aman & nyaman saat bekendara.
6	Tampil dengan 6 pilihan warna	18 Litre U-Box Helm In – Bagasi serbaguna mampu menyimpan helm full-face mapupun barang lainnya

Sumber Data : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, Honda New Vario merupakan skutik flagship AHM dengan desain dan fitur yang tercanggih. Motor ini sudah menggunakan mesin Honda terbaru berteknologi eSP dan berbagai fitur lainnya seperti *Answer Back System*, lampu depan LED, PGM-FI, *Combi Brake System*, ISS dan lainnya. Dengan kombinasi desain dan fitur yang premium. Honda New Vario juga memiliki konsumsi BBM teririt, tenaga canggih dan irit secara bersamaan.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, sampai pada keputusan membeli produk tersebut. Seperti yang kita ketahui bersama banyak tawaran produk saat ini sangatlah beragam dan banyak, tak terkecuali

motor, yang mana sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pilihan yang semakin banyak ini membuat banyak konsumen menentukan pilihan akan suatu produk, dalam hal ini adalah motor yang dapat memikat dan membuat konsumen tersebut membeli dan loyal terhadap produk tersebut. Berikut Data Jumlah Penjualan Honda Matic pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022 :

Tabel 1.3
Data Jumlah Penjualan Honda Matic pada PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi periode 2018-2022

Tahun	Vario		Scoopy		Beat		Total (Unit)	Rata-rata	Perkembangan (%)
	Unit	%	Unit	%	Unit	%			
2018	751	-	890	-	858	-	2.499	833	-
2019	818	8,92	904	1,57	998	16,31	2.720	906	8,76
2020	892	9,04	980	8,40	986	(1,20)	2.858	952	5,07
2021	796	(10,76)	1.049	7,04	1.023	3,75	2.868	956	0,42
2022	519	(34,79)	827	(21,16)	755	(26,19)	2.101	700	(26,77)

Sumber Data : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1.3 data jumlah penjualan Honda Matic pada PT.Patria Anugrah Sentosa Jambi ditahun 2019 dengan perkembangan sebesar 8,76%. Sedangkan ditahun 2020 mengalami peningkatan dengan perkembangan sebesar 5,07%. Pada tahun terakhir 2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan perkembangan sebesar (26,77)%.

Dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk proposal skripsi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi.**

1.2. Identifikasi Masalah

2. Data jumlah penjualan Honda Matic pada PT.Patria Anugrah Sentosa Jambi ditahun 2019 dengan perkembangan sebesar 8,76%. Sedangkan ditahun 2020 mengalami peningkatan dengan perkembangan sebesar 5,07%. Pada tahun terakhir 2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan perkembangan sebesar (26,77)%.
3. Data jumlah konsumen Honda Vario pada PT.Patria Anugrah Sentosa Jambi ditahun 2019 dengan perkembangan sebesar 8,92%. Sedangkan ditahun 2020 mengalami peningkatan dengan perkembangan sebesar 9,04%. Pada tahun terakhir 2022 berfluktuasi cenderung menurun dengan perkembangan sebesar (34,79)%.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka, dapat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk dan keputusan pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan kualitas produk dan keputusan pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan masukan (input) dalam rangka sumbangan pemikiran (kontribusi) mengenai Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi.
   b. Bagi akademis penelitian ini bisa menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan bagi mahasiswa terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda New Vario pada PT. Patria Anugrah Sentosa di Mendalo Jambi.
2. Manfaat Praktis
   a. Pada perusahaan dapat sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan pemasaran perusahaan. Salah satu cara untuk mengukur pemasaran adalah melalui kualitas produk.
   b. Memperluas cakrawala pandangan seorang mahasiswa terhadap berbagai pokok permasalahan yang terdapat pada perusahaan khususnya di pemasaran.
   c. Memperoleh umpan balik dari dunia kerja untuk pemantapan dan pengembangan program pendidikan.