

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi merupakan suatu era dimana banyak hal mengalami perkembangan dengan sangat pesat, banyak pola hidup dan kebiasaan yang menjadi berubah sebanding dengan kemajuan yang terjadi. Globalisasi membuat berbagai kegiatan dan kebutuhan manusia pun menjadi lebih berkembang, tidak terkecuali dengan dunia usaha, dunia usaha pun menjadi salah satu hal yang mengalami perubahan yang sangat pesat.

Perkembangan yang terjadi menyebabkan pola kehidupan pun menjadi berkembang, salah satunya kebutuhan akan dunia transportasi. Kendaraan bermotor merupakan salah satu kebutuhan yang sangat erat hubungannya dengan kebutuhan pada saat sekarang ini, hampir setiap manusia memiliki dan memerlukan kendaraan pribadi terutama sepeda motor. Hal ini menjadi suatu peningkatan didalam tingkat persaingan didalam penjualan sepeda motor.

Tingginya tingkat permintaan terhadap sepeda motor menyebabkan jenis usaha yang menjual berbagai jenis kendaraan bermotor pun menjadi meningkat, hal ini ditandai dengan berkembangnya usaha dealer yang menjual berbagai jenis sepeda motor. Sepeda motor memiliki berbagai merek didalam satu tempat penjualan, hal ini menggambarkan bahwa didalam satu tempat pun terdapat persaingan yang cukup tinggi antara merek yang dijual pada satu tempat usaha penjualan sepeda motor.

Salah satu jenis sepeda motor yang memiliki banyak pengguna adalah sepeda motor dengan merek Honda, sepeda motor dengan merek Honda sendiri memiliki berbagai jenis sehingga hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri didalam kemajuan suatu usaha dimana peningkatan akan jenis dan kualitas sangat diperlukan, salah satu kendaraan berjenis Honda adalah vario, vario merupakan sepeda motor merek Honda yang memiliki cukup banyak pengguna dan cukup menjadi salah satu sepeda motor merek Honda yang memiliki desain yang baik dan menarik.

Didalam peningkatan suatu usaha, keputusan pembelian menjadi salah satu yang menjadi sorotan penting, dimana keputusan pembelian yang baik akan memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan suatu usaha. Keputusan pembelian yang tinggi akan menciptakan angka pembelian yang tinggi pula, keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diambil oleh konsumen dengan beberapa alasan tertentu.

Pada Afdeling VII Sei kebara tingkat pembelian akan sepeda motor juga sangat tinggi, hal ini disebabkan oleh jauhnya akses kendaraan umum yang menyebabkan setiap orang harus memiliki kendaraan pribadi didalam mendorong kegiatan sehari-hari. Pada Afdeling VII Sei kebara setiap satu keluarga memiliki kendaraan sepeda motor, peneliti melihat bahwa munculnya berbagai macam jenis dan merek dengan desain yang berbeda-beda menjadi kan sepeda motor pada masyarakat Afdeling VII Sei kebara memiliki keberagaman yang banyak sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri didalam melakukan penelitian.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai keputusan pembelian terhadap sepeda motor Honda vario Pada Afdeling VII Sei kebara adalah tingkat keputusan pembelian masih rendah, hal ini terlihat dari sepeda motor yang digunakan adalah sepeda motor yang berbeda-beda, hal ini tentu saja memperlihatkan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor vario masih tidak sepenuhnya baik, hal lain yang terlihat adalah terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa sepeda motor jenis lain lebih menarik dan memiliki kepuasan konsumen yang relatif lebih terjangkau.

Peneliti menilai bahwa didalam upaya peningkatan keputusan pembelian konsumen, terdapat beberapa hal yang menjadi pusat perhatian, salah satunya adalah bagaimana kualitas suatu produk, bagaimana cara melakukan promosi, bagaimana menimbulkan kepercayaan terhadap suatu merek dan seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen. Peneliti melihat bahwa faktor pendorong diperlukan didalam upaya peningkatan keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk merupakan keunggulan dari suatu produk yang membuat produk tersebut dikenal baik dengan konsumen, Honda vario sudah terkenal dengan kualitas produknya yang cukup baik, akan tetapi pada saat observasi Pada Afdeling VII Sei kebara terdapat pengguna Honda vario yang memberikan penilaian bahwa kualitas produk Honda vario tidak lebih baik bila dibandingkan dengan yang lain, penilaian ini didasari desain produk vario yang cenderung tidak melakukan inovasi dan dengan kepuasan konsumen produk yang lebih mahal.

Promosi merupakan suatu upaya memperkenalkan suatu produk kepada khalayak ramai, promosi sangat berguna didalam mengefektif kan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk. Peneliti menilai bahwa Pada Afdeling VII Sei kebara pengetahuan konsumen akan produk Honda vario masih tidak sepenuhnya baik, hal ini terlihat dari terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa tidak mengetahui beberapa produk terbaru dari Honda vario dan kurangnya pengetahuan bahwa vario merupakan salah satu produk dari Honda. Hal ini tentu saja terjadi disebabkan oleh tingkat promosi yang tidak maksimal sehingga tidak terjangkau oleh konsumen Pada Afdeling VII Sei kebara.

Kepercayaan terhadap suatu merek pun menjadi salah satu hal yang sangat penting menjadi masukan pengetahuan bagi konsumen, konsumen yang memiliki kepercayaan yang baik terhadap suatu merek akan memiliki loyalitas yang tinggi pula, peneliti menilai bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap Honda vario Pada Afdeling VII Sei kebara belum sepenuhnya baik, hal ini terlihat dari terdapat konsumen Pada Afdeling VII Sei kebara yang memberikan penilaian bahwa merek Honda lain lebih unggul bila dibandingkan dengan vario.

Kepuasan juga merupakan hal yang menjadi pendorong didalam melakukan keputusan pembelian, konsumen cenderung memutuskan suatu keputusan pembelian apabila suatu produk memberikan rasa puas terhadap suatu produk, kepuasan akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian, peneliti menilai bahwa pada konsumen Pada Afdeling VII Sei kebara tingkat kepuasan konsumen masih belum sepenuhnya baik, keluhan konsumen terhadap Honda vario yang dinilai boros minyak dan kepuasan konsumen yang

mahal menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap Honda vario belum sepenuhnya baik.

Dari penjelasan diatas konsumen ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus Di Afdeling Vii Sei Kebara)”

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Kepercayaan merek ( $X_3$ ), dan Kepuasan konsumen ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ( $y$ ) sepeda motor Honda vario.

### **2. Rumusan Masalah**

1. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara?
2. Apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara?
3. Apakah secara parsial kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara?
4. Apakah secara parsial kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara?

5. Apakah secara simultan kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara.
5. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen di Afdeling VII Sei kebara.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti  
Bagi peneliti, penelitian bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen didalam memutuskan keputusan pembelian.
2. Bagi konsumen Honda vario pada Afdeling VII Sei kebara  
Penelitian dapat memberikan informasi mengenai produk Honda vario dan

bagaimana peningkatan keputusan pembelian.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian ini.