

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepeda motor menjadi modal transportasi yang paling favorit digunakan oleh masyarakat dewasa ini. Terpilihnya sepeda motor sebagai sarana transportasi yang paling favorit disebabkan karena keunggulan sepeda motor itu sendiri dalam hal biaya perawatan, biaya bahan bakar, efektivitas waktu perjalanan, kenyamanan serta kemampuannya untuk menerobos kemacetan yang terjadi di jalan raya. Bukan hanya kalangan menengah atas tetapi masyarakat biasapun banyak yang sudah memiliki kendaraan roda dua ini sebagai kendaraan pribadi. Pasar bebas yang diterapkan oleh sistem perdagangan negara juga ikut berpengaruh terhadap meningkatnya minat memilih sepeda motor. Masyarakatpun dibuat semakin mudah untuk membeli sepeda motor menggunakan sistem angsuran atau kredit dengan uang muka yang ringan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap sepeda motor ternyata tidak disiasikan oleh pihak produsen sepeda motor untuk memproduksi semakin banyak model untuk ditawarkan kepada masyarakat. Produsen sepeda motor berlomba untuk memproduksi sepeda motor tipe terbaru dengan teknologi terbaru dan keunggulan-keunggulan lainnya agar menarik minat masyarakat. Salah satu produk terbaru dari produsen sepeda motor adalah *scooter* yakni sepeda motor dengan teknologi *matic*.

Matic merupakan kepanjangan dari istilah *automatic* yang mengacu pada sistem pengoperasian gigi persneling sepeda motor tersebut yang secara otomatis diatur oleh mesin kendaraan itu sendiri. Motor *matic* merupakan motor idaman banyak orang. Kelebihan motor *matic* dapat mengurangi polusi udara, menghemat penggunaan bahan bakar (irit) sehingga memudahkan kita dalam kehidupan sehari-hari, lebih mudah menghidupkan mesin motor, perawatan yang mudah, dan meningkatkan kenyamanan berkendara.

PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo merupakan salah satu dealer resmi Honda yang ada di Ponorogo. Setiap bulannya terjadi fluktuasi penjualan sepeda motor Honda di dealer tersebut. Peneliti akan melakukan penelitian mengenai perbandingan dan perbedaan factor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun produk disini adalah varian motor *matic* unggulan Honda yaitu Honda Vario dengan Honda Beat. Keduanya merupakan jenis motor *matic* yang paling laku dipasaran khususnya untuk jenis motor Honda. Perbedaan mendasar tentu ada pada harga yang jelas lebih tinggi Vario daripada Beat tetapi dari segi selera konsumen terkadang harga tidak menjadi masalah demi kepuasan pembelian akan suatu produk tersebut. Selain itu perbandingan spesifikasi masing-masing adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Komparasi antara Honda Vario dengan Honda Beat

Perbedaan Penting antara Honda Vario dengan Honda Beat		
Spesifikasi	Honda Vario	Honda Beat
Segi ukuran / dimensi	Lebih besar dan berat tapi lebih pendek jarak ketanah	Lebih ramping dan kecil tapi lebih panjang jarak ke tanah
Segi mesin	110 CC, 125 CC, 150 CC	110 CC
Warna	Black, white, red, brown, blue	Hitam, putih, merah, biru, magenta.
Fitur	CBS, ISS, ABS	CW, CBS, ISS
Karakteristik pengguna	<ul style="list-style-type: none">- Laki-laki dan perempuan- Usia 21-25 tahun- Tinggal di perkotaan dan pinggiran kota- Modis dan elegan- Mahasiswa dan professional muda	<ul style="list-style-type: none">- Laki-laki dan perempuan- Usia 16-20 tahun- Remaja- Tinggal di perkotaan dan pinggiran kota- Modis dan trendy- Kreatif

Dari beberapa penjelasan diatas biasanya akan menjadi pertimbangan konsumen sebelum mengambil keputusan dalam pembelian motor yang mereka inginkan. Keputusan pembelian antara motor Honda Vario dengan Honda Beat tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor seperti persepsi terhadap harga, selera konsumen, keadaan ekonomi, dan promosi itu sendiri karena pada dasarnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk terkait erat dengan daya beli konsumen itu sendiri. Sekalipun seorang konsumen sangat menginginkan produk tertentu namun apabila keadaan ekonomi yang mereka miliki tidak mencukupi maka konsumen tersebut akan merubah keputusan pembelian sesuai keadaan ekonomi yang mereka miliki.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“ANALISIS PERBANDINGAN PERAN PERSEPSI HARGA, SELERA KONSUMEN, KEADAAN EKONOMI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA HONDA VARIO DENGAN HONDA BEAT PADA PT. NIAGA UTAMA SEJAHTERA PONOROGO.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat perbedaan peran persepsi harga terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo?
- 2) Apakah terdapat perbedaan selera konsumen terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo?
- 3) Apakah terdapat perbedaan keadaan ekonomi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo?
- 4) Apakah terdapat perbedaan promosi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo?

1.2.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bahwa penelitian ini dilakukan hanya membahas tentang pemasaran, perilaku konsumen, faktor peran persepsi harga, selera konsumen, keadaan ekonomi, dan promosi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo.
2. Penelitian ini akan dibatasi pelaksanaannya pada jangka waktu bulan April 2017.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- a) Mengetahui apakah terdapat perbedaan peran persepsi harga terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat.
- b) Mengetahui apakah terdapat perbedaan selera konsumen terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo.
- c) Mengetahui apakah ada perbedaan keadaan ekonomi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo.
- d) Mengetahui apakah terdapat perbedaan promosi terhadap keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai masukkan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran yang terkait dengan komparasi dan keputusan pembelian antara Honda Vario dengan Honda Beat serta

sebagai rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

- b. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk mengimbangi usaha bisnis mereka dan juga sebagai informasi dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan melalui perilaku konsumen.
- c. Bagi publik, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam mengambil keputusan pembelian sepeda motor terutama antara Honda Vario dengan Honda Beat.

