

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang jitu guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri sepeda motor. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dalam jangka waktu tertentu (Tjiptono, 1997:204).

Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer, dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat, kemudahan kredit sepeda motor serta perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif pun menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan beragam

---

---

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan para konsumen, sehingga kini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan.

Fenomena ini dibuktikan dengan penjualan sepeda motor di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Data dari AISI (Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia) menunjukkan penjualan sepeda motor dari tahun 2014 – 2015 mengalami peningkatan

**Tabel 1.1**

**Tabel PENJUALAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI  
TAHUN 2014-2015**

<b>BULAN</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
JAN	8.188	10.782
FEB	12.226	16.968
MAR	10.127	14.736
APR	16.241	5.089
MAY	15.762	6.330
JUN	15.759	8.636
JUL	12.709	7.706
AUG	16.733	11.518
SEP	16.131	10.251
OCT	14.514	10.105
NOV	11.236	7.804
DES	10.754	5.083
<b>TOTAL</b>	<b>165.371</b>	<b>112.008</b>

Menurut tabel di atas penjuala produk motor Kawasaki mengalami penurunan yang cukup deratis dari data yang saya peroleh dari situs resmi KMI (Kawasaki Motor Indonesia) penurunan penjualan produk motor asal Jepang tersebut di karenakan pemberhentian produksi Kawasaki ninja seri 2tak karna penerapan

---

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

peraturan baru yang di terapkan berupa standart emisi euro III pada tahun 2015 sebagai informasi tambahan Kawasaki ninja seri 2 tak adalah salah satu produk unggulan Kawasaki yang telah ikut mengantarkan Kawasaki mencapai kesuksesan KMI (Kawasaki Motor Indonesia) sejak tahun 1996.

**Tabel 1.2**  
**Tabel penjualan motor tahun 2016**

Honda	<b>4.380.888</b>
Yamaha	<b>1.394.078</b>
Kawasaki	<b>97.622</b>
Suzuki	<b>56.824</b>
TVS	<b>1.873</b>

**Tabel 1.3**  
**Tabel penjualan sepeda motor Indonesia**  
**Tahun januari-juni 2017**

<b>Merek</b>	<b>jan-jun 2017</b>
Honda	2.005.944
Yamaha	614.895
Kawasaki	40.329
Suzuki	38.690
TVS	688

Dari tabel di atas Kawasaki masih mampu bersaing dengan produk sepeda motor lain dan dapat menempati peringkat ke 3 dalam penjualan produk motor. Kawasaki sendiri merupakan produsen otomotif asal Jepang yang memulai memasuki industri otomotif dengan memproduksi mesin motor pada tahun 1949 dimana Kawasaki membuat motor 60cc 2 stroke dan juga 150cc dan 250 cc 4 stroke dengan

mengadopsi teknologi produk BMW Jerman yang dimana dulunya mempunyai kerjasama dalam bidang industri pesawat terbang pada tahun 1954,.

Kawasaki memulai kiprahnya di Indonesia pada awal tahun 1980 yang dinaungi *Kawasaki Heavy Industry* (KHI) yang menggunakan PT.Bintang Terang yang lebih di kenal dengan nama Binter demikian pula dengan semua produk Kawasaki di Indonesia pada jaman itu di beri label Binter pada setiap produk yang di pasarkan di Indonesia dan berakhir pada tahun 1984 atau 1985 di karenakan sebuah kasus yang melibatkan pemilik PT.Bintang Terang yang menyebabkan produksi Kawasaki di hentikan dan Kawasaki memulai lagi kiprahnya di Indonesia pada tahun 1996 dengan nama PT. Kawasaki Motor Indonesia (KMI).

Dalam bangsa pasar otomotif Indonesia selama ini Kawasaki mampu bersaing dengan produk motor asal Jepang lain yang lebih dulu masuk ke bangsa pasar Indonesia seperti Honda dan Yamaha akan tetapi karna citra merek yang telah tercipta di bangsa pasar Indonesia dimana sektor otomotif sendiri telah rekat pada salah satu produsen yaitu Honda yang membuat PT.KMI membuat rencana pemasaran baru dimana mereka lebih berkonsentrasi pada produksi pengembangan dan penjualan produk sepeda motor yang memiliki tenaga yang besar, Di antaranya dengan meluncurkan Kawasaki Ninja 2 stroke R seris, Ninja 250R, Ninja ZX250, Ninja ZX6, Ninja ZX10 pada sektor motor sport dan ER6, ER6N, Versys pada tipe motor touring dan Vulcan seris pada sektor retro dan juga yang tidak kalah bersaing adalah motor KLX seris pada sektor motor adventure dan Dtracker pada sektor motor supermoto. Karna sasaran bangsa pasar yang berbeda di Indonesia sebagai target pasar, maka Kawasaki dapat bersaing di bangsa pasar otomotif Indonesia, meskipun Kawasaki masi kalah dalam penjualan produk sepeda motor matic dan bebek dengan pesaing lainnya di bangsa pasar Indonesia

## 1.2. Rumusan Masalah

Persaingan dalam bisnis sepeda motor sangat ketat karena minat masyarakat yang semakin besar terhadap sepeda motor yang merupakan salah satu solusi untuk

---

---

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

mengatasi permasalahan yang sering terjadi di jalan kota Malang hal ini direspon oleh produsen sepeda motor dengan memproduksi berbagai macam motor dengan keunggulan masing-masing,

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian?
4. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki kota Malang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap pembelian.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diharapkan dalam penelitian ini adalah

1. Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori yang didapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran.
3. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan untuk perusahaan yang bersangkutan agar dapat lebih memenuhi kriteria konsumen sepeda motor di Malang.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai pedoman dalam penulisan penelitian terbaru mengenai analisis teknikal dan dapat dikembangkan kembali indikator-indikator lainnya.

---

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.