

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Objek Penelitian**

Alat transportasi ter-favorit di Indonesia adalah sepeda motor karena ukuran yang ringkas membuat sepeda motor bisa menerjang kepadatan lalu lintas dan efisiensi bahan bakar (*viva.co.id*, 2017). (*mediaindonesia.com*, 2017) Sepeda motor di Indonesia berkembang dengan hadirnya sepeda motor bertransmisi otomatis yang menyajikan pengoprasian yang lebih mudah tidak seperti sepeda motor transmisi manual yang harus memindahkan gigi pada kecepatan tertentu, pengoprasian yang mudah menyebabkan sepeda motor bertransmisi otomatis adalah varian yang paling diminati oleh masyarakat di Indonesia.

Di Indonesia, beragam jenis sepeda motor bertransmisi otomatis ditawarkan, mulai dari 110cc hingga 150cc ke atas. Yang sedang menarik perhatian adalah sepeda motor bertransmisi otomatis 150cc. (*oto.detik.com*, 2017)



**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan PT Astra Honda Motor**

*Sumber: breakingnewsterbaru.blogspot.com*

Honda PCX merupakan sepeda motor bertransmisi otomatis 150cc keluaran Astra Honda Motor. Honda PCX pertama kali dikeluarkan oleh Astra Honda Motor secara CBU (*completely buit up*) dari Thailand pada tahun 2010

dengan mesin 125cc. Pada tahun 2012 Astra Honda Motor menggantikan Honda PCX 125cc dengan mesin 150cc yang didatangkan langsung dari Vietnam secara CBU (*completely built up*). Pada tahun 2017 Honda PCX diproduksi secara lokal oleh Astra Honda Motor dengan mesin 150cc. (*oto.detik.com, 2017*)

All New Honda PCX 150 produksi lokal Indonesia dirilis oleh Astra Honda Motor dengan pilihan dua tipe, yaitu varian ABS dan varian CBS. Kehadiran sepeda motor bertransmisi otomatis 150cc Honda sebagai pionir di segmen ini semakin spesial seiring disematkannya fitur baru yakni *Rear Disc Brake* pada kedua tipenya. Model global All New Honda PCX 150 produksi anak bangsa ini telah lama ditunggu kehadirannya oleh para pecinta skutik yang menyukai kenyamanan, desain elegan dan tampilan mewah.

Tampilan barunya semakin mewah melalui penyemat bodi samping berkontur baru, penyemat desain baru pada lampu depan dan belakang yang meningkatkan tampilan mewah dari desain *styling Sophisticated & Luxurious*.

All New Honda PCX 150 hadir semakin canggih melalui fitur baru *Full Digital Panel Meter* yang menghadirkan multi informasi dalam satu panel dan *Smart Key System* baru terintegrasi dengan *Alarm* dan *Answer Back*. (*otomotif.tempo.co, 2017*)

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi terpadat sehingga lalu lintas di Indonesia selalu padat, disebabkan oleh tingginya produksi di industri otomotif. (*indonesia-investments.com, 2017*)

Kendaraan pribadi bagi masyarakat Indonesia telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia, dengan kemudahan dan kepraktisan menjadikan kendaraan pribadi sebagai penunjang masyarakat Indonesia untuk berpergian ke suatu tempat, kendaraan memiliki banyak jenisnya mulai dari kendaraan roda empat hingga roda dua. Kendaraan pribadi memudahkan aktivitas masyarakat, dulu masyarakat masih menggunakan angkutan umum

untuk berpergian ke suatu tempat, sehingga masyarakat harus menunggu angkutan yang sesuai menuju ke tujuan yang menyebabkan waktu tersita dan kebiasaan angkutan umum di Indonesia yang menunggu hingga muatan penuh baru angkutan umum itu bergerak. Sekarang masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi salah satunya adalah sepeda motor (*ndesoedisi.com*, 2014).

Di beberapa negara maju, berkendara dengan sepeda motor menjadi kegiatan menyalurkan hobi yang menyenangkan. Berkendara dengan sepeda motor begitu beresiko dan pengendara sepeda motor mudah terlibat dalam kondisi berbahaya bagi dirinya dan pengguna jalan lainnya. Segala macam perilaku berkendara yang tidak sesuai dengan aturan dalam berkendara tergolong potensi bahaya yang harus disikapi. Selain risiko pada kecelakaan, sepeda motor juga memiliki risiko lain seperti panas terik matahari yang mengganggu karena sepeda motor tidak memiliki atap dan pendingin udara, debu-debu yang berterbangan di jalan yang bisa membuat kulit kotor sehingga terkena jerawat, dan sisa gas pembuangan kendaraan bermotor membuat hidung menjadi sesak karena mengandung zat kimia. (*kupang.tribunnews.com*, 2018)

Sepeda motor memiliki beberapa manfaat, ada sebagian manfaat yang tidak disadari dalam berkendara dengan sepeda motor. Berikut, empat manfaat dalam berkendara motor yaitu:

a) Efisiensi

Sepeda motor memiliki isi silinder yang lebih kecil dibandingkan dengan mobil, sehingga konsumsi bahan bakar motor lebih efisien dibanding mobil. Untuk 1 liter bensin motor bisa menempuh jarak sejauh 40-60 km, sedangkan mobil untuk 1 liter bensin hanya bisa menempuh jarak sejauh 6-14 km.

b) Kesehatan tubuh

Dengan berkendara sepeda motor, tubuh akan bergerak untuk menjaga keseimbangan serta mengontrol laju kendaraan.

c) Melatih otak

Berkendara dengan sepeda motor harus berkonsentrasi dengan penuh dan fokus, sehingga otak akan terlatih untuk fokus.

d) Praktis

Berkendara sepeda motor lebih praktis karena ukuran yang ringkas membuat sepeda motor mudah memecah kepadatan lalu lintas dan parkir sepeda motor juga tidak memakan banyak tempat. (Otosia, 2018).

**Tabel 1. 1 Data Penjualan Motor di Indonesia Tahun 2017**

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2017	368,739	94,117	3,511	7,370	142	473,879
Feb-2017	345,921	93,511	5,904	8,298	129	453,763
Mar-2017	358,524	98,040	8,600	8,601	131	473,896
Apr-2017	274,155	101,908	5,879	6,002	101	388,045
May-2017	394,751	122,186	8,526	5,915	118	531,496
Jun-2017	263,854	105,133	6,270	4,143	67	379,467
Jul-2017	403,487	120,608	7,312	6,690	79	538,176
Aug-2017	418,931	123,620	6,279	6,009	84	554,923
Sep-2017	408,116	124,360	6,823	7,224	84	546,607
Oct-2017	436,974	129,636	6,172	6,658	112	579,552
Nov-2017	430,487	109,834	3,617	6,274	91	550,303
Dec-2017	281,949	125,258	3,298	5,453	38	415,996
Total	4,385,888	1,348,211	72,191	78,637	1,176	5,886,103

*Sumber: Triatmono (2018)*

Tabel 1.1 menunjukkan data penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2017, dan Honda memiliki total penjualan terbanyak pada tahun 2017.

**Tabel 1. 2 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2018**

<b>Periode</b>	<b>Honda</b>	<b>Yamaha</b>	<b>Suzuki</b>	<b>Kawasaki</b>	<b>TVS</b>	<b>Total</b>
Jan- 2018	345,957	122,989	6,051	7,509	31	482,537
Feb- 2018	339,152	85,429	4,500	10,456	49	439,586
Mar-2018	384,187	133,126	4,077	13,969	12	535,371
Apr- 2018	458,499	113,182	6,954	2,282	4	580,921
May-2018	436,727	140,068	7,663	4,828	18	589,304
Jun- 2018	271,206	96,150	5,357	2,302	19	375,034
Jul- 2018	450,622	127,101	8,639	7,366	21	593,749
Aug-2018	443,694	108,896	8,355	7,016	95	568,056
Sep- 2018	406,841	134,419	9,371	7,036	25	557,692
Oct- 2018	456,582	138,012	10,489	5,212	27	610,322
Nov-2018	440,659	140,683	10,002	6,003	17	597,364
Dec-2018	325,076	115,033	8,050	5,003	19	453,181
Total	4,759,202	1,455,088	89,508	78,892	331	6,383,111

*Sumber: Triatmono (2018)*

Dari tabel 1.1 dan 1.2 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor memiliki kenaikan 8,4% dari tahun 2017-2018. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan sepeda motor naik dari tahun ke tahun. Tren pasar kendaraan roda dua di Indonesia sudah condong ke motor jenis matik. Hal ini menuntut sejumlah pabrikan untuk terus berinovasi untuk berikan produk terbaik ke masyarakat, dan salah satu kelas yang paling padat adalah sepeda motor bertransmisi otomatis 150 cc.

Banyak pilihan di segmen ini, ada dua merek yang mendominasi, yakni Honda serta Yamaha. Honda saat ini masih mengandalkan Vario 150, sedangkan Yamaha dengan matik bongsornya N-Max dan Aerox yang belakangan ini sangat laris. Tapi baru saja Honda juga menghadirkan pesaing sesungguhnya untuk N-Max yaitu All New PCX 150 yang dirakit lokal. Secara harga dua model ini sudah setara, tinggal plus-minus di sisi fitur dan performa saja yang sudah berada di ranah pilihan konsumen (*Otomania, 2018*).

Honda All New PCX, walaupun baru di luncurkan sudah banyak peminatnya seperti pada bulan Desember 2017 hingga Februari 2018 Honda All New PCX sudah terpesan 12.000 unit (*Otodetik, 2018*). Meski harganya sudah setara Yamaha N-Max dimana Honda All New PCX dibanderol Rp 27 juta (CBS) dan Rp 32 juta (ABS) namun Honda tidak mau langsung gegabah. Pabrikan mengaku

'hanya' mematok target 160 ribu unit per tahun atau sebanyak 13 ribuan per bulan. Target 160 ribu unit per tahun punya Honda All New PCX terbilang kecil buat target Yamaha N-Max yang menyentuh 25.000 per bulan atau 300.000 unit per tahun. Bisa dikatakan target penjualan Honda All New PCX di tahun pertamanya hanya setengah dari proyeksi Yamaha N-Max.

Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Menurut Tjiptono (2008:151) dalam Riyono dan Budiharja (2016) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Namun jika ditilik lebih lanjut, target penjualan Honda All New PCX sebesar 13 ribu per bulan sejatinya meningkat berkali-kali lipat dari capaian penjualan PCX model lama. Mengutip data AISI per Oktober 2017, PCX model lama hanya terjual 4.844 unit atau laku sekitar 484 unit per bulan. Di lain sisi, masih mengutip data AISI pada Oktober 2017, Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) cukup optimis target tersebut tercapai bahkan lebih, karena dalam 10 bulan Yamaha N-Max sudah terjual 289.218 unit, atau rata-rata 28.900 unit per bulan (*Naikmotor, 2017*).

Awalnya Yamaha N-Max lah yang mendominasi pasar segmen ini, Honda menyusul dengan meluncurkan All New PCX. Sedikit banyak, diluncurkannya PCX ini pasti berpengaruh terhadap penjualan Yamaha N-Max (*Otomania, 2018*).

Seperti pada tabel penjualan Honda PCX dan Yamaha N-Max pada bulan Januari – Mei 2018 ini:

**Tabel 1. 3 Data Penjualan Honda PCX dan Yamaha N-max Bulan Januari – Mei 2018**

Bulan	Honda PCX 150	Yamaha N-Max
Januari	-	28.402
Februari	9661	34.044
Maret	16.623	40.965
April	17.408	38.807
Mei	17.570	32.769

*Sumber: Dj bikers (2018)*

Dari tabel 1.3 bisa dilihat jika penjualan Honda PCX mengalami kenaikan di bulan Februari hingga Mei dan melebihi target penjualan yaitu 12000 unit per bulan pada bulan Maret hingga Mei, bisa dilihat pada saat Honda PCX mengalami kenaikan. Yamaha N-Max mengalami penurunan penjualan di bulan April dan Mei, hal ini disebabkan oleh kemunculan Honda PCX, tapi angka penjualan Honda All New PCX 150 masih tertinggal jauh dari angka penjualan Yamaha N-Max. Selain itu, didukung oleh statement dari (kompasiana.com, 2019) penyebab Honda PCX belum mampu bersaing dengan Yamaha N-Max dikarenakan adanya beberapa hal yaitu :

#### 1) Desain

Kedua sepeda motor bertransmisi otomatis ini memiliki desain yang berbeda dimana Yamaha N-Max mengusung desain *sporty* sedangkan Honda PCX mengusung desain elegan. Kalau dihadapkan pada anak-anak muda kemungkinan besar mereka akan memilih Yamaha N-Max makanya kebanyakan pemakai Yamaha N-Max adalah anak-anak muda, sedangkan Honda PCX lebih diperuntukkan kepada kaum profesional yang tentu saja populasinya lebih sedikit daripada kaum anak muda.

Meskipun desain merupakan masalah selera, Honda PCX memiliki beberapa detil desain yang kurang menarik yaitu desain body tengah hingga belakang dengan bentuk lampu stop berbentuk garis dan terdapat plastik tambahan keluar dari body utama yang sangat tidak menarik. sedangkan Yamaha N-Max menghadirkan desain body belakang yang tampak kokoh dan menyatu.

#### 2) Part

Salah satu kelebihan Yamaha N-Max adalah tersedianya versi Yamaha N-Max dengan *shockbreaker* belakang yang menggunakan tabung dengan warna kuning keemasan menambah kenyamanan dan keamanan berkendara yang lebih baik, sedangkan Honda PCX menggunakan *shockbreaker* dengan model standar tanpa tabung, apalagi banyak isu yang beredar bahwa *shockbreaker* Honda PCX ini bermasalah seperti bengkok dan ini sangat memperburuk citra Honda PCX.

Menurut Kotler & Keller (2009:259) dalam Amilia & Asmara (2017) identitas merupakan berbagai cara yang di arahkan perusahaan untuk mengidentifikasi dirinya atau memposisikan produknya. Sedangkan citra atau image adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Lebih jelasnya citra merek adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi, pandangan masyarakat atau konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Citra positif yang secara konsisten tampil kuat karena didukung oleh konsistensi antara kredibilitas dan pengalaman dinamis akhirnya menghasilkan reputasi perusahaan.

Meski tergolong motor baru, Honda All New PCX mendapatkan masalah mengenai *shockbreaker* bengkok dari komplain konsumen, menurut Astra Honda Motor bahwa bagian *shockbreaker* bukanlah kecacatan dari produksi (Liputan6, 2018).

Setelah masalah pada *shockbreaker*, Astra Honda Motor sebagai pemegang model Honda All New PCX melakukan *recall* unit All New PCX yang di produksi pada Juli 2019 dengan kode mesin KF21E10-12, karena masalah mesin mati mendadak. Astra Honda Motor mengarahkan untuk datang ke bengkel resmi yang ditunjuk sesuai domisili konsumen untuk melakukan pengecekan (Kumparan, 2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2004: 354) dalam Anggraeni dkk (2016) “Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar.

Menurut Sumarwan (2011:195), niat merupakan kecenderungan atau keinginan yang kuat pada individu untuk melakukan perilaku tertentu. Niat merupakan indikasi dari seberapa kuat keinginan individu untuk mewujudkan suatu perilaku, dengan kata lain semakin kuat keinginan individu tersebut semakin besar kemungkinan suatu perilaku diwujudkan.



Berdasarkan fenomena, maka peneliti berkeinginan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Niat Pembelian Honda PCX di Kota Bandung”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang terjadi sepeda motor merupakan kendaraan yang disukai oleh masyarakat, tren sepeda motor matic 150cc yang membuat pabrikan sepeda motor bersaing untuk memberikan keunggulan dari produknya. Honda PCX memiliki keunggulan dengan citra dari Astra Honda Motor yang merupakan pabrikan sepeda motor terbesar di Indonesia yang membuat penjualan Yamaha N-Max menurun pada awal peluncuran Honda PCX, akan tetapi penjualan Honda PCX masih belum bisa melebihi angka penjualan Yamaha N-Max sebagai pesaing utama.

Honda PCX generasi terbaru masih memiliki masalah dalam kualitas produknya seperti *shockbreaker* yang bengkok dan *recall* pada unit karena permasalahan mesin yang mati mendadak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel citra, kualitas produk dan harga terhadap niat pembelian Honda PCX.

Pertanyaan penelitian dilampirkan sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh citra terhadap niat pembelian Honda PCX?
- 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap niat pembelian Honda PCX?
- 3) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap niat pembelian Honda PCX?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengaruh citra terhadap niat pembelian Honda PCX.
- 2) Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap niat pembelian Honda PCX.
- 3) Mengetahui pengaruh harga terhadap niat pembelian Honda PCX.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, dan di kelompokkan dalam dua aspek, yaitu:

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan membantu peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumen.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

- 1) Bagi Industri, penelitian ini diharapkan dapat membantu industri otomotif dalam berinovasi untuk memenuhi keinginan masyarakat sehingga industri otomotif diharapkan akan berkembang dan menjaga nilai yang telah dimiliki.
- 2) Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memilih kendaraan pribadi untuk memenuhi kebutuhan mobilitas sehari-hari.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terbagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab sebagai berikut:

### **a) BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

### **b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

### **c) BAB II METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

**d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

**e) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan peneliti, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian