

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Teknologi khususnya pada bidang otomotif saat ini semakin pesat. Transportasi merupakan kebutuhan utama yang menjadi tumpuan hidup manusia dalam menjalankan setiap kegiatannya. Alat transportasi dapat menghubungkan mobilitas manusia dari suatu tempat ke tempat lainnya. Kendaraan juga menjadi semakin penting dan dapat dikatakan sebagai faktor utama penggerak perekonomian. Terdapat berbagai macam alat transportasi salah satunya adalah sepeda motor. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang menjadi pilihan masyarakat karena dianggap efisien dan fleksibel.

Saat ini perubahan selera konsumen terlihat jelas dalam pembelian sepeda motor khususnya motor matic, sampai saat ini trend sepeda motor manual memang sudah tergantikan dengan trend motor matic. Hal ini tidak terlepas dari hiruk pikuknya perkotaan dan kemudahan dalam menggunakan motor matic yang menyebabkan konsumen beralih. Motor matic saat ini tidak hanya menawarkan kemudahan dalam berkendara tapi juga dengan desain yang selalu beradaptasi dengan keinginan konsumen.

Tabel 1.1

**Data Penjualan Motor Honda Beat dalam Negeri
Tahun 2019-2022**

Tahun	2019	2020	2021	2022
Penjualan/unit	1,790.672	950.000	1,975,654	1,963.638

Sumber : Astra Honda Motor

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan Sepeda Motor Honda Beat mengalami penurunan penjualan yang signifikan pada tahun 2020. Banyak faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor Honda Beat, dapat dilihat penurunan antara tahun 2019 dan 2020 sebesar 840.672 unit sedangkan 2021 dan 2022 sebesar 12,016 unit.

Tabel 1.2

Data Penjualan Motor Honda Beat Tahun 2019-2021 di Jakarta Selatan

Tahun	2019	2020	2021
Penjualan/unit	25.381	19.953	10.765

Sumber : Astra Honda Motor

Berdasarkan pada Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa penjualan Sepeda Motor Honda Beat mengalami penurunan penjualan pada tahun 2019 -2021. Setelah mengamati data diatas tentu saja hal ini berkaitan dengan perilaku konsumen yang semakin hari tidak dapat di prediksi dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli suatu barang, Sehingga perusahaan dituntut harus lebih spesifik dan lebih tepat dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Persepsi Harga ialah faktor utama bagi perusahaan dalam penjualan. Banyak perusahaan yang kalah saing dengan perusahaan lainnya karena telah mematok harga yang tidak cocok di pasar. Perusahaan dapat mengetahui harga yang cocok di pasar dengan melakukan riset yang mendalam sehingga dapat menentukan harga yang cocok dengan pelanggan.(hidayat fahrul, 2023)

Persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli (Schiffman dan Kanuk, 2008:186) dalam (Palelu et al., 2022)

Salah satu faktor sensitif yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah persepsi konsumen mengenai harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dijualnya tersebut. Ketika konsumen merasakan bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterimanya, sesuai dengan kualitas produk yang akan diterimanya dan konsumen merasa harga tersebut terjangkau dan kompetitif dengan merk lain yang menawarkan produk sejenis, maka konsumen akan lebih mudah memutuskan untuk melakukan pembelian produk tersebut. Sehingga semakin baik persepsi harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

Dalam Penelitian (Nardo & Prasetyo, 2022) Persepsi Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda BEAT di CV. Dealer Supra Jaya Motor Cianjur . Sedangkan penelitian (Amalia & Rachmi, 2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy.

Inovasi Produk yaitu proses penemuan produk baru atau memodifikasi produk yang ada, maupun inovasi proses yang mampu menekan biaya yang lebih efisien. menurut Kotler & Keller (2016, hlm. 454) Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang baru atau merupakan gabungan kreatif dari berbagai produk yang telah ada.

berdasarkan hasil penelitian (Erlina Tika Aryani, 2023), Inovasi produk sangat berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor Honda Beat di Surakarta. Sedangkan (Budi & Dkk., 2019) hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel yang paling dominan mempengaruhi adalah inovasi produk.

Kualitas Produk merupakan fungsi dan manfaat dari sebuah produk, produk yang berkualitas pasti dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan seseorang yang menggunakan produk tersebut. Philip Kotler (2009:143) mendefinisikan kualitas produk yaitu semua karakteristik pada barang maupun jasa yang kegunaannya adalah agar kebutuhan dapat terpenuhi sesuai yang dinyatakan atau implisit (Puspita & Rahmawan, 2021).

(Huwaidy, 2022) dalam Penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat (studi kasus pembelian sepeda motor honda beat di bekasi) mengungkapkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bedasarkan adanya permasalahan yang melatar belakangi penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor keputusan pembelian pada motor matic merek Honda Beat dengan menggunakan variabel persepsi harga, inovasi produk, dan kualitas produk. Maka dari itu terbentuklah judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Harga, Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Jakarta Selatan”**.

B.Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan,maka Peneliti merumuskan :

1. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Honda Beat di Jakarta Selatan ?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Jakarta Selatan ?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Jakarta Selatan ?

C.Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Jakarta Selatan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Jakarta Selatan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat di Jakarta Selatan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bagaimana pengaruh

harga, inovasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian honda beat.

b. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu pengetahuan terhadap mahasiswa, digunakan sebagai informasi sekaligus referensi literasi bagi peneliti selanjutnya yang melaksanakan penelitian dengan tema serupa dan menambah referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

c. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian diharapkan mampu menjadi bahan masukan pada perluasan pengetahuan perusahaan dan memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan Honda khusus terhadap produk Beat, mengenai pengaruh harga, inovasi dan kualitas produk.

