

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Sejarah Perusahaan

Yamaha didirikan pada tahun 1887, ketika Torakusu Yamaha mendirikan perusahaan Yamaha Corp Nippon Gakki yang membuat alat musik piano organ, tidak lama kemudian Yamaha dikenal sebagai pembuat berbagai instrumen musik terbesar di dunia. Pada 1 Juni 1955, berdirilah Yamaha Motor Corp. yang terpisah dari Yamaha Corp. namun masih tetap dalam satu grup. Motor produksi pertama Yamaha adalah single cylinder 2 stroke dengan kapasitas 125cc, Motor ini lumayan sukses dan laris dipasaran dan diproduksi berikutnya menggunakan mesin dengan kapasitas 175cc. Produksi motor berikutnya adalah twin cylinder YDI dibuat pada tahun 1957, sanggup mengeluarkan power 20 BPH, dan memenangkan race Mount Asama di Jepang, produksinya sekitar 15.811 sepeda motor Yamaha dan jumlah ini masih dibawah Honda ataupun Suzuki.

Yamaha mulai mengembangkan usahanya dengan membuka pabrik diluar Negara Jepang. Pabrik Yamaha di luar Jepang yang pertama kali dibuka adalah di Thailand di tahun 1966. Yamaha mulai melewati Suzuki dalam hal produksi motor, dimana pada tahun 1967 telah mencapai 406 ribu unit motor. Jumlah ini melewati saingan terdekatnya Suzuki dengan selisih sekitar 4 ribu unit.

Selanjutnya Yamaha mulai mengembangkan untuk pertama kalinya yaitu Yamaha motor trail. Motor trail pertama menggunakan engine 250cc single cylinder. Disamping itu Yamaha juga mengembangkan sport car unit 2000cc, 6 cylinder dan DOHC untuk Toyota Motor, dan ini akan membantu Yamaha dalam mengembangkan high performance bikers nantinya.

Tahun 1969 Yamaha mengembangkan circuit race yang bersebelahan dengan pabrik Yamaha di Iwata. Tahun 1970, jumlah type product yang ditawarkan mencapai 20 jenis motor mulai dari 50cc s/d 350cc. Yamaha menyadari juga potensi 2 stroke masih terbuka lebar dan Yamaha memproduksi sekitar 574 ribu engines dan 60% diantaranya untuk di ekspor. Dan ditahun yang sama juga, Yamaha mulai

bermain di 4 stroke dengan mengeluarkan motor XS1 650cc vertical twin dimana megadopsi dari Triumph Twin. Motor ini sanggup mengeluarkan power sebesar 50HP pada 7200RPM dan torsi maksimum sebesar 52Nm pada 6000RPM.

Pabrik sepeda motor Yamaha mulai beroperasi di Indonesia sekitar tahun 1969, sebagai suatu usaha perakitan saja, semua komponen didatangkan dari Jepang. Pada tanggal 6 Juli 1974 didirikan lah perusahaan Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. (sumber : <http://id.wikipedia.org/>).

1.1.2. Visi Dan Misi

- Visi :
 - menjadi perusahaan unggul yang terus tumbuh berkelanjutan melalui inovasi berdasarkan pengalaman yang menyenangkan untuk menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan masyarakat.
- Misi :
 - Menciptakan kesejahteraan dan memperkaya kehidupan bagi pelanggan dan masyarakat, perusahaan, mitra kerja, dan karyawan.
 - Menjadi brand unggulan melalui Inovasi yang menyenangkan untuk memenuhi impian dan melebihi harapan pelanggan yang menjadi kebanggaan dan pengalaman luar biasa yang tak terlupakan.
 - Menjadi manusia unggulan yang melakukan proses dan menghasilkan yang terbaik dengan menjalin komunikasi, kerjasama tim yang kuat dan perbaikan terus menerus didalam perusahaan maupun dengan mitra bisnis.
 - Pertumbuhan bisnis yang sehat dan menguntungkan secara berkelanjutan dengan mengembangkan sumber daya, peluang bisnis, pelanggan setia, dan masyarakat.

1.1.3. Produk Perusahaan

Table 1.1
Produk Yamaha

PRODUK	TAHUN
Yamaha RX King	1983 - 2007
Yamaha Force 1	1983 - 2007
Yamaha F1Z	1994 - 1996
Yamaha Crypton	1996 - 2001
Yamaha F1ZR	1997 - 2003
Yamaha Vega	2001 - 2003
Yamaha Scorpio	2001 - 2005
Yamaha Jupiter	2003 - 2005
Yamaha Vega R	2003 - 2005
Yamaha Jupiter Z	2003 - 2006
Yamaha Mio	2005 - 2012
Yamaha Nouvo Z	2005 - 2008
Yamaha New Vega R	2005 - 2008
Yamaha New Jupiter Z	2006 - 2009
Yamaha Mio Soul	2007 - 2012
Yamaha Lexam	2010 - 2012
Yamaha Xeon	2010 - 2012
Yamaha Scorpio Z	2006 - sekarang
Yamaha Jupiter MX	2006 - 2010

Lanjutan table 1.1

<u>Motor</u>	<u>Tahun</u>
Yamaha V-Ixion	2007 - 2012
Yamaha Vega ZR	2008 - 2013
Yamaha Vega Force	2013 - sekarang
Yamaha Xeon GT125	2014 - sekarang
Yamaha Fino FI	2014 - sekarang
Yamaha R15	2014 - sekarang
Yamaha R25	2014 - sekarang
Yamaha Mio M3	2014 - sekarang

sumber : <http://id.wikipedia.org/>

1.1.4. Logo Perusahaan



Sumber: www.yamaha-motor.co.id

Gambar 1.1
Logo Perusahaan

1.2. Latar Belakang

Fenomena persaingan yang semakin ketat yang terjadi antar produsen menjadikan setiap produsen harus memikirkan perbedaan produk yang dipasarkan. Perbedaan produk yang nampak jelas baik secara fisik maupun non fisik akan membantu konsumen dalam membedakan jenis produk yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan. Perbedaan antar produk ini akan mempengaruhi minat beli konsumen. Perbedaan tersebut diantaranya adalah kualitas produk. Kualitas produk di mata konsumen merupakan salah satu daya tarik tersendiri yang muncul akibat adanya pengalaman baik berasal dari pribadi konsumen atau lingkungan sekitarnya.

Ferrinadewi (2008) mengungkapkan bahwa konsumen sekarang semakin tidak mudah diprediksi bahkan mereka menjadi semakin kritis. Semakin menuntut dan tidak mudah puas menjadi ciri konsumen di era global. Sunyoto (2013) menjelaskan bahwa pemilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan serta kepercayaan.

Menurut Ajay dan Goodstein (1998) Proses Pembelian tidak sekedar hanya melibatkan perilaku pembelian. Namun ada tahapan-tahapan dimana konsumen merasa ada *Need* (kebutuhan), *Recognition* (Pengenalan), *Search* (Pencarian), *Evaluation* (Evaluasi) dan *Decision* (Keputusan), yang selanjutnya konsumen mengambil keputusan berdasarkan informasi yang telah diterima dan diolah baik secara afektif maupun kognitif. Kadang kala proses selanjutnya pun masih dilakukan yakni mengevaluasi pemenuhan kebutuhan. Dalam proses evaluasi tersebut kembali lagi terjadi tanggapan afektif dan kognitif yang mengakibatkan konsumen merasa cocok atau tidak cocok dengan produk yang telah dikonsumsi. Hal ini tentu akan menjadi pengalaman yang akan mempengaruhi proses pembelian selanjutnya.

Seperti hasil penelitian yang dikemukakan oleh Choy John Yee, Ng Cheng San dan Ch'ng Huck Khoon dalam *American Journal of Economics and Business Administration* (2011) menerangkan bahwa adanya hubungan yang

signifikan antara persepsi kualitas dengan keputusan pembelian pada produk mobil di Malaysia. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa faktor kualitas dirasa memiliki asosiasi langsung dengan keputusan pembelian ketika konsumen ingin membeli mobil. Kualitas yang baik atau bernilai tinggi secara bersama-sama akan meningkatkan keputusan pembelian dikarenakan niat dari konsumen untuk membeli semakin kuat.

Kategori produk yang akan Peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah produk berjenis sepeda motor matik, yaitu sepeda motor Yamaha Mio M3 125.

Penyebab kemacetan di jalan-jalan biasanya diakibatkan oleh terlalu banyak mobil atau akibat dari buruknya sistem pengaturan lalu-lintas.

Sepeda motor merupakan salah satu solusi dalam menghadapi jalan yang macet. Banyak orang yang beralih ke sepeda motor dan meninggalkan mobil. Alasan seseorang lebih menyukai dan memilih sepeda motor sebagai kendaraan utama daripada mobil ialah ukurannya kecil, hemat bahan bakar, bayar pajak kendaraan dan biaya perawatan yang murah serta parkir yang lebih mudah. (Sumber : <http://www.organisasi.org>). Oleh karena beberapa alasan tersebut pemilihan kendaraan terhadap sepeda motor meningkat.

Dengan semakin berkembangnya industry sepeda motor di Indonesia, pada bulan Januari hingga desember 2014 terjadi peningkatan penjualan seperti dikutip dari <http://triatmono.info/> diperkirakan mencapai 7.895.986 unit atau naik sekitar 1.97 %. berikut table penjualan sepeda motor bulan Januari hingga Desember tahun 2014.

Table 1.2
Data Penjualan Sepeda Motor Januari – Desember 2014

Periode	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki	TVS	Total
Jan-2014	366,797	173,502	30,012	8,188	862	579,361
Feb-2014	423,950	214,532	27,900	12,226	478	679,086
Mar-2014	463,070	226,897	25,160	10,127	375	725,629
Apr-2014	445,420	242,330	23,019	16,241	780	727,790
May-2014	452,353	237,586	32,997	15,762	813	739,511
Jun-2014	471,585	235,120	27,278	15,759	1,087	750,829
Jul-2014	327,364	172,377	20,921	12,709	1,119	534,490
Aug-2014	388,073	182,829	20,143	16,733	1,420	609,198
Sep-2014	459,309	209,767	21,172	16,131	559	706,938
Oct-2014	452,508	190,618	17,195	14,514	817	675,652
Nov-2014	425,409	130,200	17,909	11,236	849	585,603
Dec-2014	379,672	175,144	11,478	15,605	na	594,854
Total	5,055,510	2,390,902	275,184	165,231	9,159	7,895,986

sumber: <http://triatmono.info/>

Sepeda motor tipe skutik masih mendominasi penjualan di tahun 2014 lalu dengan penjualan sebanyak 5.324.992 unit atau berkontribusi sebesar 67,43 persen. Hal ini mengungkapkan bahwa masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan motor matic daripada motor jenis lainnya.

Beberapa alasan masyarakat saat ini untuk lebih memilih motor matic ialah motor matic mudah dikendarai, lifestyle atau gaya hidup, Biaya perawatan yang relatif lebih murah, motor matic sangat irit, bahan bakar dibanding motor jenis lain, nyaman dikendarai, dan muat banyak.

(sumber : <https://maprassurabaya.wordpress.com>).

Yamaha sebagai salah satu produsen sepeda motor, harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Berikut adalah data penjualan produk Yamaha tahun 2014

Table1.3
Data Penjualan Motor Yamaha Januari 2015

Motor	Penjualan/unit
Mio M3 Blue Core	48.860 unit
GT125	8.889 unit
X-Ride	8.750 unit
V-Ixion	20.767 unit
Yamaha YZF-R25	5.762 unit
Yamaha YZF-R15	9.736 unit
Jupiter MX	12.919 unit

Sumber : <http://www.yamaha-motor.co.id/>

Yamaha Mio M3 Blue Core menjadi motor Yamaha paling banyak terjual sebanyak 48.860 unit dibeli konsumen. Berikutnya ada GT125 (8.889 unit), X-Ride (8.750 unit).

Yamaha Mio M3 125 Blue Core hadir dengan berbagai kelebihan, seperti speedometer informatif, lengkap dengan Eco indikator, smart lock system, multifunction key, smart side stand switch, serta kompartemen bagasi dengan ukuran besar.

Sangat disayangkan, permasalahan yang terjadi di masyarakat kita saat ini adalah persepsi kualitas pada produk Yamaha nampaknya tergeser dengan hadirnya Produk-produk dari produsen lain. Selain itu permasalahan adanya beberapa penulis dari media elektronik yang menyampaikan kelebihan serta kekurangan motor Yamaha Mio M3 Blue Core seperti <http://www.motor-modifikasi.com/> yang mengakibatkan citra dari produk Yamaha Mio M3 Blue Core mengalami perubahan.

Sesuai dengan hasil *pre eliminary* dengan beberapa konsumen produk motor Yamaha, mereka mengungkapkan bahwa dalam proses pembentukan minat beli terhadap produk motor Yamaha, mereka mencari informasi terlebih dahulu mengenai latar belakang dari produk yang akan dibeli. Informasi yang mereka peroleh berasal dari beragam jenis masukan seperti iklan di media massa baik

cetak maupun elektronik. Selain itu anjuran atau pengalaman orang terdekat juga mempengaruhi mereka dalam pembentukan minat beli pada produk tersebut. Selanjutnya dari informasi yang mereka peroleh, mereka menaruh kepercayaan terhadap suatu produk. Ketika mereka memiliki pengalaman positif terhadap suatu produk, maka hal ini akan cenderung membuat mereka melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Dari hasil *pre eliminary* yang telah dilakukan, beberapa subjek menyatakan bahwa proses pembentukan minat beli terhadap produk Yamaha dikarenakan faktor kualitas. Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan beberapa konsumen pengendara sepeda motor adalah produk Yamaha memiliki keandalan dalam kecepatan serta pelayanan service di dealer-dealernya, akan tetapi produk Yamaha memiliki kekurangan dalam hal kenyamanan dari beberapa sample kuesioner.

Seorang pelaku di dunia pemasaran akan berusaha keras untuk mengukur minat dari konsumen, serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat tersebut. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek. Minat dianggap sebagai suatu penangkap atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.

Perilaku minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek atau jasa. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang diinginkan, mengevaluasi merek atau jasa tersebut pada saat digunakan dan menyimpan informasi untuk digunakan pada masa yang akan datang.

Ukuran relatif atas kebaikan suatu produk kadang kala menjadi alasan konsumen untuk menjatuhkan pilihannya terhadap produk tertentu sehingga

konsumen melakukan pembelian produk. Penilaian kualitas suatu produk juga didasarkan dari terbentuknya persepsi seseorang terhadap produk tersebut. Persepsi terhadap kualitas merupakan persepsi dari konsumen yang terbentuk dari berbagai faktor baik intrinsik maupun ekstrinsik. Konsumen akan melibatkan apa yang penting bagi mereka, karena setiap konsumen memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau jasa.

Keterlibatan konsumen terhadap suatu produk tentu saja berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat dari intensitas konsumen dalam melakukan proses minat beli terhadap suatu produk. Bagi konsumen, produk yang memiliki kriteria sesuai dengan keinginan dan kebutuhan akan cenderung dipilih. Konsumen cenderung menilai kualitas suatu produk berdasarkan faktor-faktor yang mereka asosiasikan dengan produk tersebut. Schitman dan Kanuk (Cahyono, 1990) mengatakan persepsi yang positif tentang kualitas produk akan merangsang timbulnya minat konsumen untuk membeli yang diikuti oleh perilaku pembelian.

Melihat kondisi saat ini, masyarakat membutuhkan matik yang aman, nyaman dan awet, maka Yamaha harus bekerja keras untuk menghilangkan persepsi yang ada pada masyarakat sekarang seperti yang disampaikan di beberapa media elektronik seperti <http://roda2blog.com/> yang mengatakan bahwa alasan motor matik Yamaha semakin ditinggalkan karena setang motor yang bergetar serta suara mesin yang berisik sehingga menimbulkan ketidaknyamanan konsumen dalam berkendara.

Hal ini dimungkinkan akan mempengaruhi persepsi kualitas produk Yamaha dimata konsumen dan selanjutnya berimplikasi pada proses minat beli terhadap produk-produk tersebut. Di sisi lain, masyarakat sangat memiliki kecenderungan kebutuhan terhadap kenyamanan suatu produk dibandingkan tenaga atau kecepatan kendaraan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul sebagai berikut.

“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 125 BLUE CORE DI KALANGAN MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS”.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai pengaruh persepsi kualitas produk terhadap minat beli motor matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana Persepsi Kualitas Produk Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core?
- b. Bagaimana Minat Beli Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core?
- c. Seberapa besar Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas ,tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk Mengetahui Bagaimana Persepsi Kualitas Produk Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core.
- b. Untuk Mengetahui Bagaimana Minat Beli Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core.
- c. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Blue Core.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

- A. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan akan melengkapi bahan penelitian selanjutnya sehingga berguna untuk pengembangan ilmu.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kesesuaian antara teori dan implementasi yang terjadi di kehidupan nyata.
- B. Kegunaan Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan dimasa mendatang.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak YAMAHA dalam menggunakan persepsi kualitas produk terhadap Minat Beli, sehingga berpengaruh untuk perusahaan menjadi lebih baik lagi.

1.6. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan.

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II. Tinjauan Pustaka.

Pada bab ini memaparkan penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III. Metodologi Penelitian.

Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, definisi operasional variabel, metode pengukuran variabel, teknik sampling, serta proses pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV. Analisis dan Pembahasan.

Pada bab ini menjelaskan secara rinci analisis dan hasil pengolahan data responden berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan cara pengumpulan data melalui kuisioner yang disebarakan dan telah diisi oleh responden serta pengolahannya menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V. Kesimpulan dan Saran.

Pada bab ini akan menyimpulkan hasil yang didapat dari penelitian ini serta memberikan saran dan rekomendasi terhadap perusahaan.

