

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan zaman saat ini, mendorong banyak pihak untuk bisa lebih cepat dan lebih efisien dalam beraktivitas, seperti dalam hal memilih alat bantu dalam menunjang aktivitas keseharian contohnya kendaraan bermotor. Transportasi merupakan alat yang digunakan untuk pemindahan manusia atau barang dengan menggunakan tenaga yang digerakkan oleh manusia atau mesin, transportasi juga bermanfaat dalam memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari (Andriansyah, 2015). Sepeda motor adalah transportasi yang umumnya paling banyak difungsikan di Bangka Belitung karena sangat praktis digunakan terutama pada kondisi padat lalu lintas, selain itu sepeda motor merupakan alat transportasi yang efisien dalam biaya perawatan dan konsumsi bahan bakar. Semakin majunya zaman dan semakin banyaknya manusia maka keperluan akan penggunaan sepeda motor semakin bertambah besar. Sepeda motor menjadi transportasi yang paling banyak digunakan di Bangka Belitung dengan jumlah 330.452 unit (BPS:2018).

Hasil penelitian Edy Kusnandi (2018) yakni dalam penelitiannya keragaman produk terhadap keputusan pembelian sudah cukup baik. Dapat dikatakan demikian dengan adanya pengaruh keragaman produk dan keputusan pembelian secara simultan dan parsial dengan presentase sebesar 18,6%.

Hasil penelitian dari Riyono dan Gigih (2016) dalam penelitian ini menghasilkan harga yang mempengaruhi signifikan dari keputusan pembelian dengan presentase 19,3%. Penelitian ini variabel independen (harga) adalah termasuk kategori yang cukup baik dan variabel dependen (keputusan pembelian) juga sudah baik.

Hasil penelitian dari Farnesi, dkk (2013) yakni dalam penelitiannya promosi terhadap keputusan pembelian sudah cukup baik. Dikatakan demikian dengan adanya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan dengan presentase sebesar 31,1 %.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:112), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan, dengan demikian jatuhnya sebuah pilihan akan sebuah produk adalah benar-benar produk yang diinginkan dan mempunyai nilai yang dibutuhkan.

Penjualan sepeda motor penting untuk mempunyai keragaman produk yang dapat menjadi pilihan calon pembeli, kini sangat mudah untuk menemukan sebuah *showroom* yang mempunyai keragaman produk dengan berbagai tipe dan merek. Didominasi oleh merek pabrikan seperti Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan lain sebagainya. Terlihat penjualan pada 2018 masih dikuasi oleh beberapa pabrikan tersebut, Honda dengan total penjualan sebanyak 4.759.202 unit, Yamaha 1.456.088 Unit, Suzuki 89.508 unit, Kawasaki 78.982 Unit, dan TVS sebanyak 331 unit (kompas.com 2019)

Menurut Mulyani,(2009: 104), keragaman produk merupakan kelengkapan barang yang dijual dan ketersediaan barang-barang tersebut. Situasi yang tercipta dari keragaman atau ketersediaan produk yang banyak akan menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses menjatuhkan pilihan seseorang konsumen akan produk yang akan mereka konsumsi. Keragaman produk akan meningkatkan nilai tambah sebuah *showroom* di mana para konsumen tidak harus susah payah mencari *showroom* lain untuk mencari pilihan produk yang diinginkan.

Dzeko Motor adalah salah satu *Showroom* yang bergerak dalam bidang penjualan motor bekas dengan berbagai tipe dan merk mulai dari motor bebek, sport, matic, dan lain-lain. Hubungan antara keragaman produk dengan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu memenuhi permintaan akan produk baru akan menghadapi risiko penurunan penjualan. Keragaman produk di Dzeko Motor saat ini belum cukup lengkap itu terlihat dari beberapa jenis sepeda motor contohnya tipe motor *Maxi* seperti yamaha Nmax dan Honda PCX yang belum cukup banyak pilihan dan tidak jarang kekosongan stok unit, sedangkan tren saat ini penjualan unit tersebut sedang dalam periode yang bagus dimana yamaha Nmax menjadi motor Yamaha terlaris sepanjang 2019 dan Honda Pcx menjadi motor Honda dengan penjualan tertinggi ke dua dikelasnya dibawah Honda Vario 150 dan 125 sepanjang 2019 (mesinmotor.com, 2020)

Tabel I.1 Jumlah Stok Unit Yamaha Nmax Dan Honda Pcx Bulan September- Desember 2019 Dzeko Motor

Bulan	September (Unit)	Oktober (Unit)	November (Unit)	Desember (Unit)
Yamaha Nmax 155	3	2	4	0
Honda Pcx 150	0	2	0	3

Sumber : Showroom Dzeko Motor, Oktober 2019

Berdasarkan tabel 1.1 dimana peneliti menampilkan unit-unit yang saat ini sedang hangat dipasaran dan menjadi sepeda motor yang terlaris sepanjang tahun 2019, terlihat bahwa Dzeko Motor belum konsisten dan belum mampu menyediakan stok unit secara berkesinambungan, hal tersebut membuat pilihan akan unit yang ingin dibeli oleh konsumen menjadi terbatas, padahal *livery* warna untuk satu jenis motor saja bisa mencapai 5 warna bahkan lebih, hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menjatuhkan pilihan akan unit yang akan dibeli.

Menurut Tjiptono (2009:178) sederhananya harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang di tukar untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Harga juga mempunyai arti jumlah uang yang harus konsumen tukar untuk mendapatkan suatu produk, kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga merupakan sebuah nilai yang ditetapkan oleh penjual untuk arti sebuah produk dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang. Harga yang ditawarkan Dzeko Motor relatif tinggi itu sesuai dengan unit sepeda motor yang mereka jual,

dimana rata-rata unit adalah dalam kondisi yang masih sangat bagus dan dengan tahun yang relatif masih sangat muda yaitu unit dengan tahun 2017 sampai 2020, namun tidak semua konsumen mempunyai selera, kebutuhan pemakaian, dan kemampuan membeli yang sama, tentu ada juga konsumen yang selernya lebih ke unit-unit yang tahun perakitannya lebih tua karena dianggap lebih cocok dan sesuai selera, kemudian semua motor tidak semuanya digunakan hanya untuk bepergian ke suatu tempat, tetapi untuk sebagian konsumen sepeda motor digunakan untuk menunjang pekerjaan sehari-hari sehingga pilihan unitnya berbeda sesuai dengan fungsi yang diharapkan, selain itu kemampuan membeli setiap konsumen berbeda-beda tergantung dari tingkat ekonomi masing-masing.

Tabel I.2 Perbandingan Harga Unit Di Dzeko Motor Pangakalan Baru Bangka Tengah

No	Jenis	Harga	
		Dzeko Motor	Justin Motor
1	NINJA 250 FI 2017	Rp. 45.000.000	Rp. 44.000.000
2	YZF R25 2017	Rp. 40. 000.000	Rp. 41. 000.000
3	YZF R15 2018	Rp. 27. 000.000	Rp. 26. 500.000
4	CBR 150 R 2019	Rp. 26. 000.000	Rp. 25. 000.000
5	KLX 150 BF 2017	Rp. 28. 000.000	Rp. 28. 500.000
6	D TRACKER 150 2017	Rp. 27. 000.000	Rp. 26. 000.000
7	CRF 150 L 2018	Rp. 31. 000.000	Rp. 31. 250.000
8	NMAX 155 2019	Rp. 25. 000.000	Rp. 24. 750.000
9	AEROX 155 2018	Rp. 19. 000.000	Rp. 18. 750.000
10	PCX 150 2019	Rp. 24. 000.000	Rp. 23. 000.000
11	LEXI 125 2018	Rp. 16. 000.000	Rp. 16. 500.000

12	SCOOPY 125 2019	Rp. 17. 000.000	Rp. 16. 500.000
13	BEAT 125 2019	Rp. 13. 000.000	Rp. 12. 500.000
14	VARIO 125 2018	Rp. 15. 000.000	Rp. 15. 250.000
15	VARIO 150 2019	Rp. 18. 000.000	Rp. 17. 500.000
16	SOUL GT 125 2018	Rp. 14. 000.000	Rp. 13. 750.000
17	MIO M2 125 2018	Rp. 12. 000.000	Rp. 11. 750.000
18	FREEGO 125 2018	Rp.15. 000.000	Rp.14. 000.000
19	JUPITER MX KING 150 2018	Rp. 17. 000.000	Rp. 15. 500.000
20	JUPITER MX 135 2014	Rp. 12. 000.000	Rp. 11. 000.000
21	GTR 150 2018	Rp. 13. 000.000	Rp. 12. 750.000
22	VEGA FORCE 125 2017	Rp. 11. 000.000	Rp. 10. 500.000
23	JUPITER Z1 2018	Rp. 14. 000.000	Rp. 14. 000.000

Sumber : Showroom Dzeko Motor, Oktober 2019

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat bahwa unit yang ditawarkan Dzeko Motor adalah unit dengan harga yang cukup tinggi dan dengan tahun produksi yang masih sangat muda, hal ini menjadi kurang lengkap bagi konsumen yang hendak mencari unit dengan kebutuhan dan kemampuan membeli unit dengan harga yang lebih rendah dari yang perusahaan sediakan, selanjutnya harga unit Dzeko Motor sedikit lebih tinggi dari pesaing terdekat mereka di wilayah yang sama yaitu Justin Motor, pemilik menyebut bahwa harga adalah sesuatu yang relatif, tergantung dari kualitas unit yang dijual.

Menurut Gitosudarno (2014:285) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Dalam promosi harus dibangun komunikasi

antara produsen dan konsumen, sebab dengan komunikasi yang baik akan memberikan pengaruh yang positif antara kedua belah pihak untuk membangun kepercayaan terhadap sebuah produk dan kerjasama yang berkelanjutan.

Promosi yang digunakan Dzeko Motor biasanya melalui media iklan di *Facebook* yang menyediakan sebuah *space* untuk mengiklankan barang yang menjangkau banyak pengguna *Facebook*, selain itu Dzeko Motor juga mempunyai akun Instagram yang digunakan untuk menginformasikan produk, namun terlihat bahwa iklan yang ditampilkan belum konsisten dan menarik padahal media sosial punya pengaruh besar melihat penggunaanya yang semakin tinggi, komunikasi yang ditampilkan tidak secara penuh menginformasikan kelebihan dan kekurangan produk, kemudian satu saluran informasi yang penting yakni *website* belum disediakan perusahaan, *website* tentu punya pengaruh yang sangat besar dimana konsumen bisa mengakses tentang profil perusahaan dan informasi-informasi penting lainnya.

Gambar I. 1 Promosi Dzeko Motor Melalui *Facebook*

WhatsApp Messenger BL .. 4G 35% 21:44

✕ Postingan

Dzeko Motor ▶ **FORUM JUAL BELI BANGKA BELITUNG (FJBBB)** ...

29 Mei 2019 pukul 12:37 • 🌐

Vario 125cc 2019, full orisinil, KM rendah, yo yg minat merapat, tukar tmbh jdi, kredit bisa diproses.... 085383686822

RP 18.500.000
New vario 125cc
Pangkalpinang

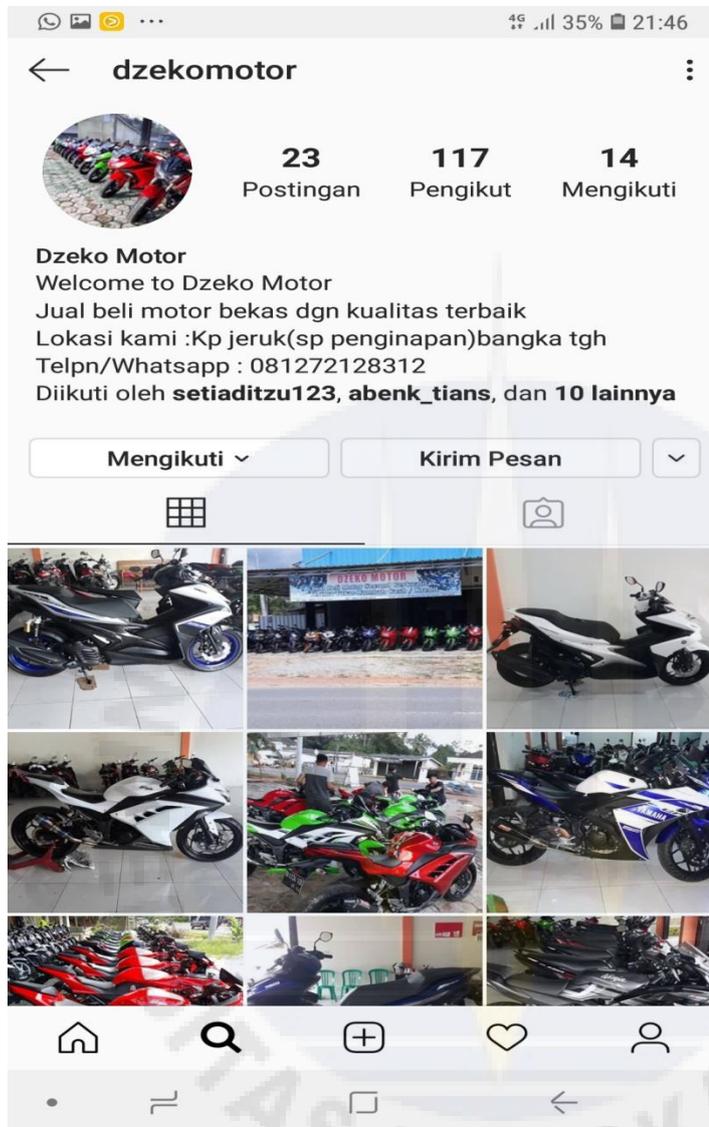
PESAN

👍 Suka 💬 Komentar ➦ Bagikan

👤 Phan Siauliung

📷 Tulis komentar... 🎬 🗿

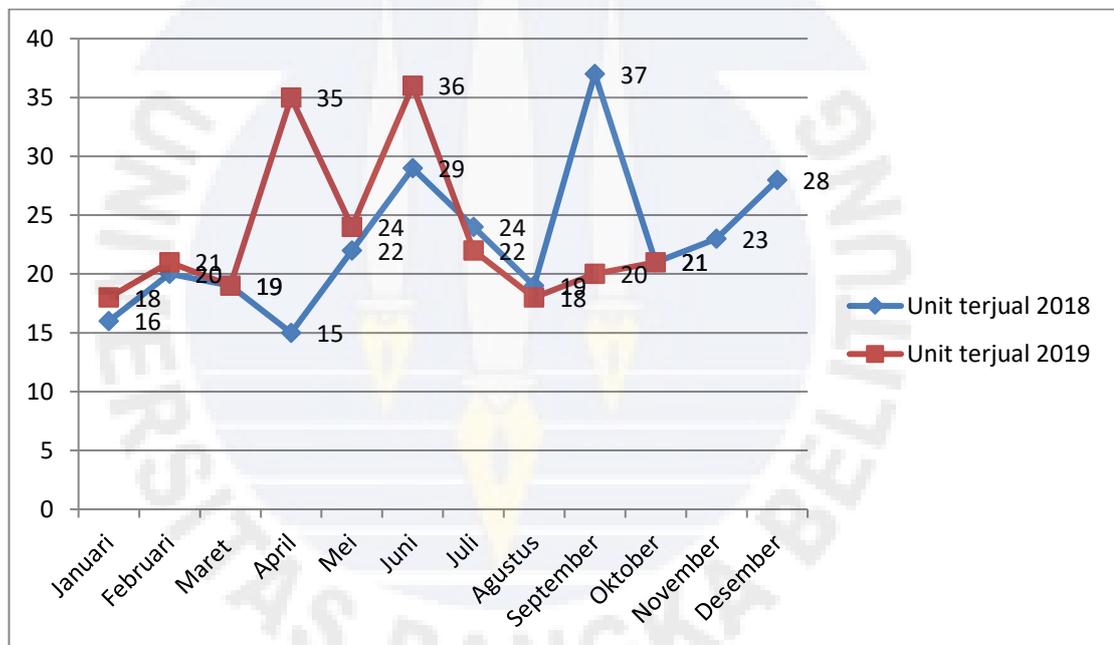
Gambar I. 2 Promosi Dzeko Motor Melalui *Instagram*



Sumber : *showroom* Dzeko Motor, 2019

Berdasarkan gambar 1.1 dan gambar 1.2 menunjukkan promosi yang dilakukan Dzeko Motor melalui *Facebook* masih belum menarik dan memberikan informasi yang lengkap tentang produk yang ditawarkan seperti foto fisik unit yang hanya dari satu sudut, dan alamat perusahaan yang tidak dilampirkan, kemudian melalui saluran promosi *Instagram* perusahaan belum konsisten dalam menampilkan produk, terlihat bahwa postingan terakhir dilakukan pada bulan Juli 2019.

Grafik 1.1 Penjualan Dzeko Motor 2018-2019



Sumber: Showroom Dzeko Motor, Oktober 2019

Berdasarkan Grafik 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi (naik turun) atau ke tidakstabilan dan cenderung mengalami penurunan penjualan, ada beberapa bulan yang mengalami penurunan dan peningkatan. Dapat dilihat dalam tabel , penjualan yang rendah terjadi pada bulan Januari 2018 sebanyak 16 unit,

sedangkan penjualan yang paling tinggi terjadi pada bulan September 2018 yaitu sebanyak 37 unit.

Survei awal yang dilakukan peneliti terhadap beberapa pengunjung bertujuan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut tabel hasil survei awal yang dilakukan terhadap 20 orang pengunjung Dzeko Motor.

Tabel I.3 Hasil Survey Awal Terhadap 20 Orang Pengunjung Dzeko Motor

NO	PERTANYAAN	JAWABAN	
1	Apakah produk yang tersedia Di Dzeko Motor sudah beragam?	Ya	:35%
		Ragu-ragu	:30%
		Tidak	:35%
2	Apakah Harga yang ditawarkan Dzeko Motor relative murah?	Ya	:40%
		Ragu-ragu	:30%
		Tidak	:30%
3	Apakah promosi yang dilakukan Dzeko motor sudah cukup bagus?	Ya	:25%
		Ragu-ragu	:30%
		Tidak	:45%
4	Apakah Dzeko Motor selalu Menjadi pilihan anda?	Ya	:35%
		Ragu-ragu	:35%
		Tidak	:30%

Sumber :data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel I.3 hasil survei awal terhadap 20 responden dimana pada pertanyaan pertama responden yang menjawab Ya sebanyak 35% ini menunjukkan bahwa produk yang ada di Dzeko Motor belum cukup beragam. Pertanyaan kedua responden yang menjawab Ya sebanyak 40% ini menunjukkan bahwa variabel harga sudah cukup baik. Pertanyaan ke tiga responden yang menjawab Ya sebanyak 25% ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan belum cukup baik. Pertanyaan keempat responden yang menjawab Ya sebanyak 30% ini menunjukkan bahwa konsumen kurang puas dengan apa yang di hadirkan Dzeko Motor.

Berdasarkan jawaban responden pada survei awal dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dengan variabel keragaman produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian lebih jauh yang berjudul” **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *SHOWROOM* DZEKO MOTOR PANGKALAN BARU BANGKA TENGAH**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas , maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tentang keragaman produk, harga, dan keputusan pembelian pada *Showroom* Dzeko Motor?
2. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada *showroom* Dzeko Motor?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *showroom* Dzeko Motor?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada *showroom* Dzeko Motor?
5. Bagaimana pengaruh keragaman produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *showroom* Dzeko Motor?

1.3 Batasan Masalah

Tujuan pembatasan masalah untuk mempermudah arah dan maksud penelitian ini dilakukan. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada variabel Keragaman Produk, Harga, dan Promosi serta pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana gambaran tentang keragaman produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian pada *Showroom Dzeko Motor*.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui tentang pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada *showroom Dzeko Motor*.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *showroom Dzeko Motor*.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui tentang pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada *showroom Dzeko Motor*.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimanakah pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada *Showroom Dzeko Motor*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi untuk mengembangkan Ilmu Pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah keragaman produk, harga, promosi dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemilik dan manajemen *showroom* Dzeko Motor, selaku pihak yang memasarkan dan menjual berbagai macam produk sepeda motor dalam meningkatkan pembelian konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan penelitian merupakan pembahasan dalam bab ini

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi kajian pustaka. Menjelaskan berbagai landasan teori yang berhubungan dengan analisis keragaman prroduk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Showroom Dzeko Motor Pangkalan Baru Bangka Tengah

BAB III METODE PENELITIAN

Pendekatan, tempat dan waktu, objek, populasi, dan sampel, definisi operasional variabel, skala pengukuran variabel, sumber data, teknik

pengumpulan data dan teknik analisa data adalah berisi penjelasan tentang langkah-langkah pembuatan karya ilmiah

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, analisa dan interpretasi data serta pembahasan hasil

BAB V PENUTUP

Menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian serta menambahkan beberapa saran.

