

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat menjadi hal yang sangat penting mengingat sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan sepeda motor dari pada menggunakan alat transportasi umum dan kendaraan roda empat, dikarenakan sepeda motor lebih praktis dan lincah dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Selain itu konsumsi bahan bakar 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. Oleh karena itu berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis inovasi sepeda motor guna memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat, saat ini 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.

Pertumbuhan konsumen sepeda motor Yamaha meningkat luar biasa, khususnya jenis sepeda motor *matic* fenomena ini kemungkinan disebabkan karena banyak sekali merek sepeda motor Yamaha jenis *matic* yang menawarkan dengan berbagai model, desain, dan inovasi. Sehingga gencarnya persaingan antara produsen sepeda motor dalam upaya menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan

kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Citra merek yang melekat pada ingatan konsumen menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk. Produk yang sudah memiliki citra positif dibenak konsumen maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Pada tingkat pendapatan masyarakat Kota Selatpanjang yang relatif masih rendah membuat banyak orang melirik sepeda motor. Peluang tersebut memacu produsen untuk menciptakan inovasi baru baik dari segi model maupun teknologi agar mendapatkan simpati dari konsumennya. Sedangkan dari pihak pasar mengimbangi dengan melakukan program pemasarannya melalui berbagai promosi untuk menawarkan berbagai inovasi baru dari produknya, tentang ketangguhan dan keunggulan dari model dan teknologinya, sehingga diharapkan volume penjualan meningkat.

Bagi masyarakat di Kota Selatpanjang, sepeda motor sudah dianggap sebagai kebutuhan primer, dikarenakan sepeda motor sangat membantu kehidupan manusia dalam beraktivitas, karena sebagai kebutuhan primer maka semua masyarakat berfikir harus memiliki sepeda motor untuk menunjang aktivitasnya. Masyarakat di Kota Selatpanjang lebih suka menggunakan sepeda motor jenis *matic*. Salah satu sepeda motor jenis *matic* yang paling banyak digemari masyarakat adalah sepeda motor Yamaha N-max, dikarenakan sepeda motor Yamaha N-max memiliki model yang elegan serta didukung dengan teknologi modern sehingga membuat konsumen lebih memilih salah satu produk sepeda motor Yamaha yang satu ini.

Dari uraian diatas, maka peneliti melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut, bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang?.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana citra merek sepeda motor Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.
4. Untuk mengetahui besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini maka manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Bagi Penulis**

Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat membandingkan teori dan dapat menerapkan teori-teori yang telah ditempuh dan dipelajari selama kuliah.
2. Dapat memberikan pengetahuan dan informasi tentang bagaimana menghadapi permasalahan perusahaan dalam memasarkan produknya.
3. Diharapkan dapat meneliti pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.

#### **1.4.2 Bagi Perusahaan**

Adapun manfaat penelitian ini bagi perusahaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil.

2. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan lain.

#### 1.4.3 Bagi Pembaca

Adapun manfaat penelitian ini bagi pembaca yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu referensi bagi orang yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang khususnya penelitian tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian, khususnya penelitian tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

### 1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Agar penulisan laporan tugas akhir ini dapat sistematis dan tersusun dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan laporan. Berikut ini adalah sistematika penulisan laporan tugas akhir:

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian tugas akhir ini, khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.

#### **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan secara khusus berkaitan dengan tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis dan penelitian.

**BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha N-max di Kota Selatpanjang.

**BAB 5: PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian penulisan memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat.

