

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri otomotif di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sarana transportasi. Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan kendaraan bermotor menjadi salah satu kebutuhan penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari, baik untuk bekerja, menempuh pendidikan, menjalankan usaha, maupun memenuhi kebutuhan sosial. Di antara berbagai jenis kendaraan bermotor, sepeda motor merupakan moda transportasi yang paling banyak digunakan karena dinilai lebih praktis, efisien, hemat bahan bakar, serta memiliki biaya operasional yang relatif terjangkau. Kondisi tersebut mendorong perusahaan otomotif untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Persaingan industri sepeda motor di Indonesia semakin kompetitif dengan hadirnya berbagai merek yang menawarkan keunggulan masing-masing, seperti Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki. Setiap produsen berupaya mempertahankan pangsa pasarnya melalui peningkatan kualitas produk, inovasi teknologi, strategi penetapan harga, serta kegiatan promosi yang menarik. Di tengah persaingan tersebut, Honda masih menjadi salah satu merek yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi dari masyarakat Indonesia. Keberhasilan Honda mempertahankan posisinya tidak terlepas dari kemampuannya menghadirkan produk yang memiliki kualitas baik, desain yang mengikuti perkembangan zaman, efisiensi bahan bakar, jaringan layanan purna jual yang luas, serta harga yang sesuai dengan berbagai segmen konsumen. Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2024), perusahaan yang mampu memahami kebutuhan dan perilaku konsumennya akan lebih mudah menciptakan nilai sehingga dapat mempertahankan keunggulan dalam persaingan pasar.

Keunggulan Honda di wilayah ini tidak terlepas dari berbagai factor, seperti

desain yang menarik, hemat bahan bakar, nilai jual Kembali tinggi, serta jaringan layanan purna jual yang luas. Masyarakat Bengkulu pun secara umum menganggap Honda sebagai merek yang “paling aman” dalam hal pembelian kendaraan karena ketersediaan suku cadang dan kemudahan kredit yang ditawarkan (Wijaya&Putri,2023; Rahayu,2021).

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup. Perubahan gaya hidup masyarakat terjadi seiring dengan perkembangan teknologi, meningkatnya penggunaan media digital, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Saat ini, konsumen tidak hanya membeli sepeda motor sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai bagian dari identitas diri dan penunjang aktivitas sehari-hari. Gaya hidup seseorang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang dimilikinya dalam memilih suatu produk. Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2024), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas (*activities*), minat (*interests*), dan opini (*opinions*) yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin sesuai suatu produk dengan gaya hidup konsumen, semakin besar pula kemungkinan produk tersebut dipilih.

Selain gaya hidup, harga juga menjadi salah satu faktor yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen akan membandingkan harga dengan kualitas, manfaat, fitur, serta kemampuan finansial yang dimiliki. Menurut Tjiptono (2019), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lain yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang maupun jasa. Penetapan harga yang tepat akan memberikan persepsi nilai yang baik di mata konsumen sehingga dapat meningkatkan minat dan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memilih suatu produk. Konsumen akan melalui beberapa tahapan, mulai dari mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi berbagai alternatif, melakukan pembelian, hingga mengevaluasi

kepuasan setelah menggunakan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2021), keputusan pembelian merupakan bagian dari proses perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian agar mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasrullah et al. (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga merupakan dua factor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek honda. Selain itu, hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya menawarkan kesesuaian harga dengan kualitas, tetapi juga mampu merefleksikan gaya hidup dan aktivitas sehari-hari mereka, oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana kedua factor ini secara spesifik berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda di kalangan masyarakat kabupaten bengkalis.

Meskipun telah banyak penelitian mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada masyarakat Kabupaten Bengkalis masih terbatas. Kabupaten Bengkalis memiliki karakteristik masyarakat yang berbeda dibandingkan daerah lain, baik dari sisi kondisi geografis, tingkat mobilitas, maupun pola konsumsi masyarakat. Perbedaan karakteristik tersebut memungkinkan adanya perbedaan dalam perilaku konsumen ketika mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat Kabupaten Bengkalis sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih sesuai dengan kondisi masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Bengkalis).” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen, serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam

menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik masyarakat Kabupaten Bengkalis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor merek Honda?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Menganalisis pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda oleh masyarakat di Kabupaten Bengkalis.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda oleh masyarakat di Kabupaten Bengkalis.
3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan harga secara silmutan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor merek Honda oleh masyarakat di Kabupaten Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen di Kabupaten Bengkalis, khususnya dalam hal pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana penerapan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lapangan.
2. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa, akademisi, dan pihak lain yang tertarik untuk memahami perilaku konsumen di daerah Kabupaten Bengkalis, terutama dalam konteks

pembelian sepeda motor. Informasi ini juga berguna sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian sejenis di wilayah lain.

3. Bagi pihak dealer sepeda motor honda

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi dealer-dealer resmi Honda di Kabupaten Bengkalis dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen lokal, dealer dapat menyesuaikan promosi, penetapan harga, dan pelayanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan serta preferensi masyarakat setempat.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mengetahui hasil tugas akhir ini dapat tersusun rapi dan sistematis maka diperlukan sistematika pada laporan ini. Berikut ini adalah sistematika penulisan tugas akhir.

BAB 1 : PENDAHULUAN

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

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian terlebih dahulu dan teori yang berkaitan dengan subjek penelitian tugas akhir. Penekan khusus diberikan pada Analisis pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor merek honda.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas secara khusus berkaitan dengan tata cara penulisan yang termasuk lokasi dan objek penelitian jenis dan sumber data, metode pengumpulan data-data jenis penelitian.

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan penelitian. Hasil penelitian ini berisikan analisis pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

BAB 5: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir, yang mana akan di simpulkan dari hasil penelitian yang dilakukan, kemudian memberikan saran-saran yang bermanfaat.