

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru merupakan salah satu *Dealer Resmi* sepeda motor yang bermerk Suzuki. PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru sendiri berdiri sejak tahun 2005 yang terletak di Jalan Tuanku Tambusai. Salah produk yang dipasarkan pada perusahaan ini adalah Suzuki Satria F150. Suzuki Satria F150 adalah salah satu sepeda motor dengan kecepatan tinggi di kategori moped 4-tak.

Atribut produk pada Suzuki Satria F150 terdiri dari mesin motor ini di lengkapi dengan mesin yang berteknologi tinggi, yang mempunyai volume silinder 147,33 cc, memiliki transmisi 6-speed, dan di lengkapi dengan Double OverHead Camshaft (DOHC) berpendingin oli dan silinder SCEM dengan teknologi seperti Moge ini merupakan produk nomor 1 di kelas Sport Underbone. Performa berkendara Satria F150 semakin mantap didukung dengan rem cakram depan diameter lebar dan rem cakram belakang yang mumpuni di tambah dengan suspensi monoshock link type semakin mantap untuk melibas tikungan di segala tingkat kecepatan. Pengendara bisa memilih mode indikator percepatan melalui tombol SDMS di speedometer untuk memilih sesuai tipe berkendara Eco, Normal, atau Power.

Dengan mempunyai komponen komponen yang canggih motor ini di sebut “the fastest moped.” Pada tahun 2004 Satria FU masuk di Indonesia. Dan motor

ini versi dari pabrikan Thailand. Baru pada tahun 2007 Suzuki Indonesia baru memproduksi sendiri dan motor Satria FU ini sudah dilengkapi dengan e-starter. Dan setelah setahun kemudian pada 2008, Satria FU mengalami penyegaran pada headlight. Dan perbedaan satria fu tahun 2004 dengan satria tahun 2008 sampai sekarang headlight-nya lebih besar dan lebih futuristic.

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani konsumennya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar.

Di lain pihak konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika ternyata tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan tidak hanya akan kehilangan kepercayaan pelanggan tetapi juga berpotensi akan kehilangan pelanggan potensial. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian; pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk bersangkutan dan kemungkinan akan menyebarkan berita tersebut pada orang lain. Untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar maka perusahaan juga harus mempelajari perilaku konsumennya.

Pada salah satu bauran pemasaran dapat dilihat bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tidak lepas dari strategi produk. Dimana atribut

dari suatu produk merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan untuk menarik para konsumen agar membeli produknya.. Untuk itu perusahaan harus dapat memilih atribut produk yang dapat menunjang program pemasaran agar tepat dalam membidik kebutuhan konsumen.

Proses pengambilan keputusan dibagi kedalam tiga jenis yaitu pengambilan keputusan yang luas, pengambilan keputusan yang terbatas, dan pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan. Proses pengambilan keputusan yang luas terjadi untuk kepentingan khusus bagi konsumen atau untuk pengambilan keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan yang tinggi, misalnya pembelian produk-produk mahal, mengandung nilai prestis, dan dipergunakan untuk waktu yang lama, salah satunya adalah keputusan pembelian motor.

Agar produk yang dihasilkan oleh produsen dikonsumsi oleh konsumen, maka produsen harus memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen dengan memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Hal ini disebabkan oleh sikap konsumen dalam membeli sebuah produk yang tidak hanya sebatas membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhannya saja, akan tetapi lebih dari itu, konsumen membeli suatu produk dikarenakan produk tersebut mampu menawarkan atribut produk yang terbaik. Adapun target penjualan pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tingkat Penjualan PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru
Periode Januari – Agustus 2016

Bulan	Tingkat Penjualan
Januari	19
Februari	17
Maret	12
April	16
Mei	14
Juni	13
Juli	15
Agustus	12

Sumber : PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi pencapaian penjualan dari yang direncanakan sebelumnya. Dilihat dari tabel 1.1 terjadi pergerakan penurunan yang signifikan dari bulan Januari sampai dengan bulan Agustus. Penurunan penjualan ini dapat disebabkan oleh banyaknya timbul persaingan merek motor lainnya yang lebih menonjolkan keunggulan-keunggulan dan memiliki ciri khas tersendiri sehingga sepeda motor Suzuki Satria FU 150CC ini menjadi kurang diminati.

Dalam konsep produk, konsumen akan lebih menyukai produk yang menawarkan fitur yang paling bermutu, berkinerja, dan mempunyai pelengkap inovatif yang terbaik. Namun terkadang alasan konsumen dalam membeli sebuah produk seringkali kurang diperhatikan oleh produsen, padahal alasan tersebut merupakan titik awal dari pemasaran. Alasan-alasan konsumen dalam memilih sebuah produk, meski banyak produk sejenis yang ditawarkan adalah mungkin karena konsumen tertarik pada merek, warna, desain, kemasan, dan atribut lainnya.

Atribut produk sangatlah penting untuk dijadikan dasar oleh konsumen dalam pembelian sebuah produk, sebab untuk melakukan pembelian konsumen akan bereaksi terhadap produk dengan segala atribut yang melekat didalamnya. Pada garis besarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan diantara tentang harga yang terjangkau, kualitas yang baik, pelayanan yang memuaskan serta rasa yang dapat memenuhi selera konsumen.

Dengan memahami perilaku konsumen dalam memilih produk, pemasaran dapat memahami dengan sebenarnya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, latar belakang konsumen, alasan melakukan pembelian produk, serta dalam kondisi bagaimana barang dan jasa dibeli, dimana dengan mengetahui adanya peluang pasar yang dapat dipenuhi oleh produk perusahaan maka perusahaan dapat memenuhi selera konsumen yang berarti kepuasan bagi konsumen.

Berdasarkan data diatas, penulis merasa tertarik untuk menganalisis masalah yang dihadapi konsumen dan menuangkan dalam bentuk karangan ilmiah dengan judul : **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150CC (Studi Kasus Pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru)”**

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat

dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah : Apakah atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150CC (Studi Kasus Pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru)?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan penelitian ini adalah : Untuk menganalisa pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150CC (Studi Kasus Pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru).

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya di bidang pemasaran ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel – variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan pengembangan produk.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

1.4. Sistematika Penulisan

Secara garis besarnya penulisan ini akan dibagi kedalam enam bab, masing-masing akan dirinci dalam sub bab berikut ini:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Telaah Pustaka dan Hipotesis

Pada bab ini akan diuraikan tentang pengertian pemasaran jasa, pengertian strategi pemasaran, tipe-tipe strategi pemasaran, pengertian aabauran pemasaran, penelitian terdahulu, hipotesis dan variabel penelitian

Bab III : Metode Penelitian dan Analisis Data

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV : Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan serta kegiatan perusahaan.

Bab V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas analisis data tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150CC (Studi Kasus Pada PT. Riau Jaya Cemerlang Pekanbaru).

Bab VI : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dijelaskan hasil analisa kesimpulan yang ditarik dalam bentuk kesimpulan dan sekaligus memberikan saran sebagai masukan kepada instansi.