

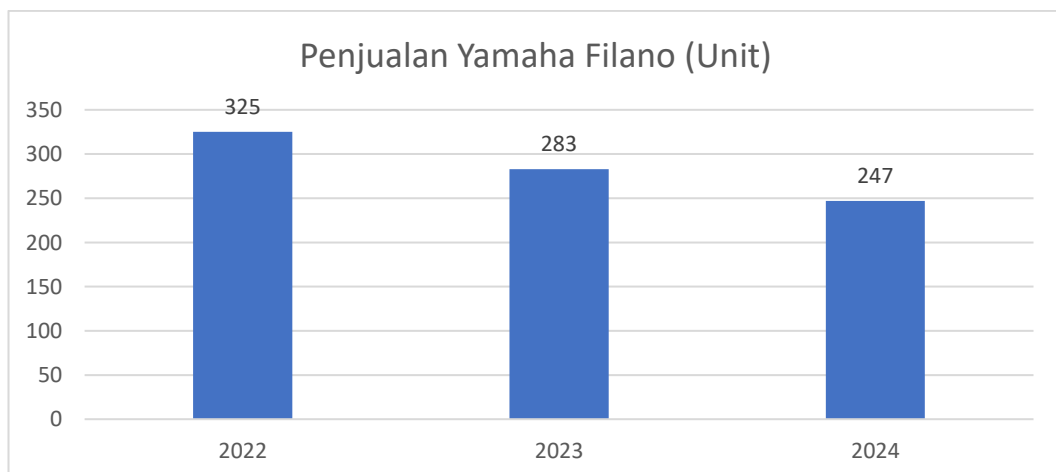
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Yamaha Filano sebagai salah satu skutik premium menunjukkan tren penjualan yang fluktuatif sejak diluncurkan. Secara nasional, Data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tahun 2024 mencatat bahwa segmen skutik mendominasi lebih dari 90% penjualan sepeda motor di Indonesia, sehingga memberikan peluang pasar yang besar bagi Yamaha Filano. Meskipun Honda masih mendominasi pasar nasional, Yamaha tetap menempati posisi kedua melalui berbagai varian skutik yang ditawarkan (Jaber, 2023).

Kondisi tersebut berbeda dengan yang terjadi di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Lhokseumawe. Data penjualan Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe menunjukkan tren penurunan dari tahun ke tahun, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut, yang mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian masyarakat terhadap produk tersebut.



Sumber : PT. Alfa Scorpi Lhokseumawe (2025)

Gambar 1. 1 Jumlah Penjualan Yamaha Filano Lhokseumawe 2022-2024

Berdasarkan Tabel 1.1, penjualan Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe mengalami penurunan dari 325 unit pada tahun 2022 menjadi 283 unit pada tahun 2023, dan kembali menurun hingga 247 unit pada tahun 2024. Penurunan ini menunjukkan melemahnya keputusan pembelian masyarakat terhadap Yamaha Filano. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan faktor kualitas produk, desain produk, dan harga. Apabila kualitas dan desain dinilai tidak lagi sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, serta harga dianggap kurang sebanding dengan nilai yang diperoleh, maka keputusan pembelian cenderung menurun. Oleh karena itu, tren penjualan ini menjadi indikator penting untuk menilai pengaruh kualitas, desain, dan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Lhokseumawe.

Fenomena penurunan penjualan ini menjadi semakin menarik untuk dicermati karena Yamaha Filano diposisikan sebagai skutik premium dengan berbagai keunggulan, seperti desain elegan, fitur modern, serta efisiensi bahan bakar yang relatif baik. Secara nasional, segmen skutik justru menunjukkan dominasi yang kuat di pasar sepeda motor, sehingga secara teoritis produk seperti Yamaha Filano seharusnya memiliki peluang pasar yang besar. Namun, kenyataan di Kota Lhokseumawe menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan realisasi penjualan, yang mengindikasikan bahwa keunggulan produk belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi keputusan pembelian oleh konsumen.

Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Raja (2021) yang menyatakan bahwa keunggulan produk secara teknis tidak selalu berbanding lurus dengan keputusan pembelian apabila tidak diikuti dengan kesesuaian terhadap preferensi dan persepsi konsumen. Konsumen cenderung melakukan evaluasi menyeluruh

terhadap kualitas, desain, dan harga sebelum mengambil keputusan, terutama pada produk dengan kategori premium. Apabila persepsi konsumen terhadap nilai yang diterima tidak seimbang dengan pengorbanan yang dikeluarkan, maka minat beli akan cenderung menurun.

Selain itu, meningkatnya intensitas persaingan di segmen skutik juga turut memengaruhi perilaku konsumen. Kehadiran produk pesaing dengan variasi desain, fitur, serta rentang harga yang lebih beragam menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Hal ini sejalan dengan penelitian Raflizan (2020) yang mengungkapkan bahwa semakin banyaknya alternatif produk di pasar mendorong konsumen menjadi lebih rasional dan selektif dalam membandingkan atribut produk sebelum melakukan pembelian.

Penelitian Ridwan (2022) juga menegaskan bahwa desain produk dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di sektor otomotif. Apabila suatu produk dinilai kurang unggul dari sisi desain atau harga dibandingkan pesaing, meskipun memiliki kualitas yang baik, maka konsumen cenderung beralih ke merek lain yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka.

Dengan demikian, fenomena penurunan penjualan Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe tidak hanya dipengaruhi oleh faktor persaingan semata, tetapi juga menunjukkan adanya kemungkinan ketidaksesuaian antara kualitas produk, desain produk, dan harga dengan ekspektasi konsumen. Kondisi ini memperkuat pentingnya analisis empiris terhadap ketiga faktor tersebut dalam menjelaskan keputusan pembelian masyarakat.

Secara teoritis, Keputusan pembelian adalah proses kompleks yang melibatkan pertimbangan kebutuhan, keinginan, dan faktor eksternal sebelum konsumen benar-benar melakukan transaksi. Menurut Tjiptono (2019:21), keputusan pembelian melibatkan tahap pengenalan masalah, pencarian informasi mengenai produk atau merek, evaluasi alternatif, hingga akhirnya mengambil keputusan untuk membeli.

Senada dengan itu, Kotler (2019:177) menegaskan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yang berfokus pada bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi memilih, membeli, serta menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman. Proses ini tidak hanya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, tetapi juga mencerminkan cara konsumen mengambil keputusan dalam menghadapi berbagai alternatif yang tersedia di pasar.

Keputusan pembelian pada industri roda dua sangat penting karena persaingan produsen yang ketat. Di Indonesia, termasuk Lhokseumawe, sepeda motor dipilih karena efisien, praktis, dan hemat biaya. Banyaknya pilihan merek dan model menuntut konsumen melakukan evaluasi cermat agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Penelitian Aghitsni (2022) menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan aspek kualitas, desain, serta harga dalam proses pengambilan keputusan pembelian, sehingga pemahaman yang mendalam terkait preferensi konsumen menjadi faktor penting bagi produsen agar mampu bersaing di pasar yang dinamis ini.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen. Kualitas mencerminkan seberapa baik produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen, baik dari segi performa, daya tahan, keandalan, hingga fitur yang ditawarkan. Ely (2021) menyebutkan bahwa kualitas produk adalah totalitas karakteristik yang melekat pada barang atau jasa sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang tersurat maupun tersirat. Sementara itu, Rusmawan (2019) menekankan bahwa kualitas dapat ditunjukkan melalui daya tahan produk yang membuat konsumen percaya terhadap merek tersebut.

Selain kualitas, desain juga menjadi aspek penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Desain tidak hanya berkaitan dengan estetika atau tampilan visual, melainkan juga dengan aspek fungsional yang memberikan kenyamanan dan meningkatkan nilai guna produk. Ariella (2019) menjelaskan bahwa desain yang baik dapat menyederhanakan fungsi dan kegunaan, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Lebih jauh, Lukman (2021) menambahkan bahwa desain produk yang optimal mampu memberikan nilai tambah sekaligus memengaruhi penetapan harga suatu produk.

Faktor lain yang sangat menentukan adalah harga. Bagi sebagian konsumen, harga sering kali diidentikkan dengan nilai yang mereka peroleh dari suatu produk. Hasbi (2021) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang ditukarkan untuk memperoleh produk atau jasa. Keller (2019) juga menegaskan bahwa harga merupakan nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan. Dengan demikian, meskipun harga tinggi terkadang

menjadi hambatan, konsumen akan tetap memilih produk tersebut apabila mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari kualitas dan desain yang ditawarkan.

Hal ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang menyoroti pentingnya faktor kualitas, desain, dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya di sektor otomotif. Penelitian oleh Hidayat (2021) menunjukkan bahwa kesenjangan antara persepsi konsumen dengan positioning produk sering kali menjadi penyebab menurunnya minat beli, terutama pada pasar yang tingkat persaingannya tinggi. Temuan ini sejalan dengan kondisi Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe, di mana meskipun hadir dengan desain modern dan fitur canggih, konsumen belum sepenuhnya merespons positif karena faktor harga maupun persepsi kualitas.

Di sisi lain, penelitian oleh Putri (2020) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen modern semakin kompleks karena tidak hanya berorientasi pada fungsi produk, tetapi juga mempertimbangkan citra, kenyamanan, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang ditawarkan. Studi ini menegaskan bahwa desain produk dan citra merek memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, sehingga apabila desain tidak sesuai dengan preferensi konsumen, maka keputusan pembelian dapat menurun meskipun kualitas produk relatif baik.

Lebih lanjut, penelitian oleh Rahmawati (2022) menemukan bahwa kombinasi antara kualitas produk, desain, dan harga merupakan faktor dominan yang menentukan keputusan pembelian di sektor otomotif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penurunan salah satu aspek, seperti kualitas atau kesesuaian harga, dapat berdampak langsung terhadap minat beli konsumen. Dengan demikian,

penurunan penjualan Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe dapat dijelaskan melalui perspektif tersebut, di mana adanya ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan penawaran produk berdampak pada melemahnya keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano pada masyarakat Kota Lhokseumawe. Penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi faktor mana yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen, sekaligus menilai sejauh mana kesesuaian antara harapan konsumen dengan penawaran yang diberikan oleh Yamaha Filano. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Filano pada Masyarakat Kota Lhokseumawe”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe?

4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas, oleh karena itu, maka penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami dan menambah wawasan mengenai pemasaran sepeda motor, khususnya Yamaha Filano.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik, bagi peneliti sendiri, dan bagi pihak fakultas.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangan bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan manajemen pemasaran
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap pengetahuan yang telah didapat mengenai manajemen keuangan khususnya masalah perilaku manajemen pemasaran.