

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia usaha yang begitu pesat belakangan ini masalah pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Persaingan bisnis dalam bidang Otomotif seperti Sepeda Motor saat ini sangat ketat, dikarenakan jumlah model, tipe, dan teknologi Sepeda Motor yang ada saat ini cukup bervariasi, hal ini mengakibatkan selera konsumen yang tinggi dan menginginkan Sepeda Motor yang lebih baik dan nyaman untuk diendarai.

Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, konsumen dengan citra merek yang positif terhadap suatu merek lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Keputusan untuk membeli sepeda motor oleh konsumen pada dasarnya sangatlah dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas sepeda motor yang ditawarkan. Tuntutan permintaan akan sepeda motor yang semakin berkualitas inilah yang membuat perusahaan yang bergerak di bidang otomotif berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk (Sepeda Motor) yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produknya. Salah satu caranya adalah dengan melakukan promosi.

Promosi juga merupakan hal terpenting karena promosi akan membawa citra suatu perusahaan. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media

yang disebut dengan media massa seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi, direct email, dan lain-lain. Daya tarik promosi yang dilakukan oleh PT. Indako Trading Coy antara lain melalui media internet, media cetak, dan promosi langsung seperti mengadakan pameran atau *event* menarik lainnya di kota Medan.

Pada saat ini, konsumen cenderung ingin selalu mencoba hal-hal baru yang menurut pandangan mereka baik, sebelum melakukan pembelian konsumen memiliki banyak pertimbangan dalam memilih produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan. salah satunya termasuk dalam memilih sepeda motor, keputusan konsumen untuk membeli sepeda motor dengan model dan teknologi terbaru sesuai dengan kebutuhan adalah jawaban yang tepat dari masalah kebutuhan yang banyak dirasakan konsumen saat ini. Perusahaan yang mengabaikan kepuasan pelanggan hingga pelanggan pun merasa kurang nyaman tentunya akan meninggalkan kesan yang buruk bagi perusahaan sewaktu-waktu dapat mempengaruhi nilai kepercayaan konsumen, untuk membuat keadaan tersebut menjadi lebih baik khususnya dalam hal keputusan pembelian konsumen, maka perusahaan dapat mewujudkannya dengan merancang dan meningkatkan Daya tarik promosi yang baik dengan Citra merek yang selalu mengemuka di publik.

Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapan mereka. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Oleh karena itu agar tidak tertinggal oleh para

pesaing PT. Indako Trading Coy melakukan promosi pada sepeda motor Honda CBR 150 R dengan menggunakan media Iklan dan promosi-promosi selebaran serta juga melalui media online seperti *twitter*, *instagram*, dan *facebook* serta mengadakan acara music di depan showroom dengan games-games dari pihak perusahaan untuk menambah daya tarik bagi masyarakat dalam setiap promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan, Guna memperoleh gambaran mengenai penjualan sepeda motor Honda CBR 150 R, Maka disajikan tabel data penjualan Sepeda motor Honda CBR 150 R pada tahun 2014-2018 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Sepeda Motor Honda CBR 150 R
pada PT. Indako Trading Coy Medan Cabang Jl. Makmur Medan

TAHUN	PENJUALAN (UNIT)
2014	124
2015	119
2016	113
2017	81
2018	51

Sumber : PT.Indako Trading Coy, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat penjualan sepeda motor Honda CBR 150 R terus mengalami penurunan. Pada tahun 2014 penjualan mencapai 124 unit. Selanjutnya tahun 2015 mengalami penurunan, penjualan mencapai 119 unit. Pada tahun 2016 penjualan mencapai 113 unit. Pada tahun 2017 penjualan mencapai 81 unit. Dan yang terakhir pada tahun 2018 penjualan sepeda motor Honda CBR 150 R mencapai 51 unit. Berdasarkan data di atas menurunnya

penjualan sepeda motor Honda CBR 150 R dikarenakan beberapa masalah yang ada di PT.Indako Trading Coy, di antaranya pada masalah di citra merek yakni adanya sebagian orang yang beranggapan bahwa citra merek sepeda motor Honda CBR 150 R kurang baik di bandingkan sepeda motor sejenisnya, dan kurangnya promosi yang di lakukan PT. Indako Trading Coy terhadap sepeda motor Honda CBR 150 R maka dari masalah tersebut yang di dapat pada riset awal menyebabkan tidak terjadinya keputusan pembelian konsumen.

PT. Indako Trading coy dalam produk sepeda motor Honda CBR 150 R Citra Merek yang kurang dibandingkan dengan sepeda motor Yamaha R15 atau sejenisnya, masih adanya konsumen sepeda motor Honda CBR 150 R yang merasa kurang terhadap spesifikasinya, sehingga hal ini membuat konsumen merasa kurang nyaman dalam mengendarai Sepeda Motor Honda CBR 150 R. Adanya beberapa konsumen yang merasakan borosnya bahan bakar sepeda motor Honda CBR 150 R ini saat di kendarai, sehingga masih ada beberapa konsumen yang masih kurang puas terhadap sepeda motor Honda CBR 150 R yang di tawarkan.

Atas dasar pertimbangan dan teori-teori yang mendukung yang bisa menjelaskan bahwa betapa pentingnya keputusan pembelian bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di **PT. INDAKO TRADING COY Jl. Makmur No.144A/30 Medan** dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R Pada PT. Indako Trading Coy Cabang Jl. Makmur Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Citra merek yang kurang baik mengakibatkan penjualan sepeda motor Honda CBR 150 R terus mengalami penurunan setiap tahunnya di PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.
2. Promosi Sepeda Motor Honda CBR 150 R yang dilakukan PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan masih kurang dirasakan oleh masyarakat.
3. Ketidakpuasan konsumen terhadap sepeda motor Honda CBR 150 R yang ditawarkan mengakibatkan tidak terjadinya keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150 R di PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan baik dan terarah sesuai dengan latar belakang, maka menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.
2. Seberapa besar pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.

3. Seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik Promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.

1.4. Perumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan dari masalah yang telah dibatasi diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap penjualan dan keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan?
2. Apakah Daya Tarik Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan?
3. Apakah Citra Merek dan Daya Tarik Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Maka tujuan dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik Promosi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy cabang Jl. Makmur Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mengaplikasikan kemampuan penulis dalam mengkaji masalah Citra Merek, Daya Tarik Promosi dan Keputusan Pembelian konsumen dalam membeli Sepeda Motor Honda CBR 150 R pada PT. Indako Trading Coy Jl. Makmur No.144A/30 Medan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT. Indako Trading Coy Jl. Makmur No. 144A/30 Medan, tentang pentingnya pengaruh Citra Merek dan Daya Tarik Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka untuk mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan di masa mendatang.