

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya perkembangan teknologi dalam dunia usaha pada saat ini mengakibatkan munculnya produk-produk baru dari berbagai perusahaan. Hal ini menjadikan tingkat persaingan antar perusahaan sejenis semakin meningkat sehingga konsumen dihadapkan pada berbagai macam bentuk pilihan terhadap jenis produk serta konsumen bebas untuk menentukan produk pilihannya.

Pada bahasan kali ini, kita ketahui bahwasanya konsumen untuk motor berjenis “motor bebek” adalah banyak digemari oleh masyarakat dari berbagai segmen. Namun jika kita amati secara seksama, “motor bebek” ini seharusnya lebih digemari dan diperuntukkan oleh konsumen dari segmen perempuan, mengingat dari fitur produknya yang dinilai memang didesain *acceptable* untuk memenuhi *customers needs and wants* untuk kalangan perempuan, khususnya perempuan muda. Tetapi sesuai fakta lapangan yang dapat kita lihat juga, ternyata “motor bebek” khususnya motor bebek Yamaha Mio, tidak hanya digemari oleh segmen perempuan, segmen laki-laki pun memakai, menggunakan dan menyukainya. Hal-hal apakah yang membuat motor Yamaha Mio ini juga begitu digemari oleh segmen Laki-laki? Apa saja yang memotivasi keputusan pembelian atau penggunaan mereka? Bagaimana tanggapan mereka sendiri tentang gaya hidup yang mereka pilih tersebut? Hal-hal inilah yang kemudian akan menjadi bahan diskusi dan rumusan masalah penelitian kami pada kesempatan kali ini.

Dalam kehidupan masyarakat yang sangat sibuk dengan aktivitas sehari-hari, menjadikan alat transportasi menjadi sangat penting dalam menunjang aktivitas tersebut. Namun dengan banyaknya alat transportasi sekarang ini menjadikan jalanan semakin macet terutama oleh kendaraan roda empat. Untuk mengatasi hal itu, salah satu pilihan yang tepat adalah memilih alat transportasi yang berupa kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor. Keadaan ini menyebabkan permintaan akan sepeda motor menjadi semakin bertambah sehingga hal ini merupakan suatu kesempatan bagi perusahaan motor untuk menawarkan hasil produksi serta inovasinya.

Setelah tiga puluh tahun memproduksi sepeda motor untuk kaum pria, PT Yamaha Motor Kencana Indonesia (YMKI), mulai melirik segmen wanita dengan meluncurkan sepeda motor empat tak bertransmisi otomatis yaitu Yamaha Mio dengan alasan populasi penduduk wanita Indonesia sangat besar dan belum tergarap maksimal (Sinar Harapan, 2003). Wanita pada dasarnya menginginkan sesuatu yang sederhana, oleh karena itu mereka membutuhkan sepeda motor yang ringan dan mudah dikendarai. Atas dasar itulah Yamaha Mio diproduksi dengan bodi ringan yaitu hanya 87 kilogram, sedangkan untuk motor yang sekelas dengan Yamaha Mio ini berkisar 92 kilogram, serta untuk Matic seberat 101 kilogram (Banjarmasin Post, 2003).

Yamaha Mio merupakan sepeda motor empat tak dengan kapasitas silinder 115 cc dan bertransmisi otomatis. Motor ini menggunakan tipe mesin dengan pendingin udara, SOHC dengan dua klep. Dengan susunan silinder tunggal, produk ini memiliki perbandingan kompresi 8,8 : 1. Daya maksimum Mio sebesar 6,54 km (8,9ps) pada 8.000 rpm, dan torsi maksimum 7,84 Nm (0,88 kgf.m) pada 7.000 rpm, dengan sistem starter electric and kick. Selain itu juga, sepeda motor ini mempunyai keunikan dimana

pengereman belakang dan depan seluruhnya berada di tangan, sehingga mempermudah pengendalian pada kondisi sesulit apapun (Sinar Harapan, 2003).

Meskipun ditujukan untuk kaum wanita, namun tidak sedikit konsumen Yamaha Mio merupakan kaum pria karena tertarik oleh desainnya serta kemudahan dalam penggunaannya. Hal ini bukanlah sesuatu yang aneh karena sekarang ini telah terjadi pergeseran selera terhadap produk otomotif. Sejak dulu, yang namanya sepeda motor bebek (cub) merupakan kendaraan yang diperuntukkan bagi kalangan perempuan/wanita (Bisnis Indonesia, 2002). Namun seiring perjalanan waktu motor bebek sekarang banyak dipakai oleh kalangan pria. Dengan demikian bukan tidak mungkin sepeda motor Yamaha Mio akan menarik perhatian juga bagi kalangan pria seiring perjalanan waktu.

Sikap merupakan hasil dari faktor genetis dan proses belajar serta selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Untuk menganalisis sikap konsumen dalam pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio, dibutuhkan informasi yang berupa sikap konsumen serta faktor yang membentuk dan mempengaruhinya. Selain itu sikap juga mempunyai peranan penting dalam pembentukan perilaku sehingga dengan menganalisa sikap konsumen, maka perusahaan dapat mengetahui sejauh mana sikap konsumen terhadap produknya serta perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik konsumen yaitu gender (Lelaki atau Perempuan), jenis pekerjaan (Mahasiswa atau Pekerja).

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha Mio

terutama di Kabupaten Sleman. Hal ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran selanjutnya bagi perusahaan yang bersangkutan.

Sejalan dengan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Motivasi konsumen dalam Membeli produk ; sepeda motor Yamaha Mio*”.”*di Kabupaten Sleman*

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana motivasi pembelian konsumen pada sepeda motor yamaha mio?
2. Variabel manakah yang memberikan motivasi paling tinggi pada pembelian produk sepeda motor yamaha mio?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasar rumusan masalah diatas dan untuk mempermudah dalam tahap pemecahan masalah, peneliti memberi batasan masalah dimana objek penelitian dalam penelitian ini adalah dealer bengkel Yamaha di wilayah Sleman Yogyakarta, dengan populasi yang diteliti adalah semua pemilik kendaraan sepeda motor Yamaha Mio. Sampel (responden) yang akan diambil adalah semua pengguna/pemilik sepeda motor Yamaha Mio yang mudah ditemui di lokasi *front-office* dealer bengkel, dimana responden tersebut akan dikategorikan berdasar jenis kelamin (Laki-Laki / Perempuan) dan jenis pekerjaan (Pekerja / Mahasiswa). Kemudian variabel-variabel yang akan

diteliti terbagi dalam garis besar penilaian konsumen berdasarkan variable yang memotivasi pembelian mereka antara lain adalah variabel Motivasi Konsumen

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui motivasi konsumen pada pembelian sepeda motor mio?
- 2) Untuk mengetahui variabel yang memiliki motivasi tertinggi dalam melakukan pembelian sepeda motor mio?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### **1. Bagi Penulis**

Untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman penulis dalam bidang pemasaran khususnya bidang Manajemen Pemasaran.

Serta untuk memenuhi salah satu syarat kewajiban guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

**2. Bagi Perusahaan**

Sebagai masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasarannya yang akan datang.

**3. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran untuk bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran

