

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Diera modern saat ini persaingan di dunia usaha semakin ketat, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan posisi dalam persaingan bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Dalam menghadapi persaingan yang ada, manajemen perusahaan harus memiliki keahlian terhadap persaingan yang ada dan mampu memenangkan persaingan usaha sehingga dalam menjalankan perusahaan dengan baik. Indonesia sebagai Negara berkembang, perkembangan di berbagai bidang semakin tinggi. Dalam hal ini berakibatkan tingkat kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi. Terutama kendaraan bermotor roda dua. Kendaraan beroda dua atau yang biasa disebut sepeda motor merupakan sarana transportasi yang dapat memperlancarkan aktifitas masyarakat.

Pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan merupakan sebuah contoh dari usaha yang dilakukan perusahaan untuk bisa mencapai tujuan yang di inginkan perusahaan. Dengan adanya pemasaran yang baik dapat mengetahui secara baik bagaimana pangsa pasar perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik. Salah satu adalah promosi yang digunakan untuk semua informasi, mengingatkan dan membujuk konsumen untuk membeli produk di perusahaan motor honda . Sangatlah penting perlu mengetahui sebuah perusahaan bagaimana bauran promosi khususnya periklanan dan personal saling memiliki pengaruh terhadap dua minat

pembeli oleh konsumen, agar di sebuah perusahaan dapat bertahan dan bertarung dengan produk lainnya di dalam pangsa pasar. Promosi yang dilakukan oleh Diler NSS Kota Kefamenau.

Kendaraan motor beroda dua menjadi salah satu perlengkapan kebutuhan akan sarana transportasi. Kendaraan sepeda motor memiliki fungsi untuk menambah jaringan transportasi dan dapat mengisi kebutuhan akan sarana transportasi tersebut secara efisien, mudah dan cepat. Motor Metic memang sudah menjadi salah satu motor yang paling di minati oleh masyarakat Indonesia baik laki-laki maupun wanita dan bahkan lanjut usia pun demikian. Semenjak munculnya motor metik mendapatkan respon baik dan sangat mudah, nyaman untuk dikendarai.

Berdasarkan penjelasan yang ada di atas kita dapat diketahui bahwa banyak masyarakat yang berminat memilih sepeda motor Honda Beat dibandingkan dengan merek lainnya.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Produk Motor Honda Beat di Diler NSS Kota Kefamenanu**  
**Periode : Tahun 2017-2021**

No	Tahun	Target penjualan (Unit)	Realisasi penjualan
1	2017	1.200 Unit	1.100
2	2018	1.200 Unit	1.000
3	2019	1.200 Unit	1.050
4	2020	1.200 Unit	1.150
5	2021	1.200 Unit	950

**Sumber: NSS Kota Kefamenanu 2021**

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa perkembangan penjualan Motor Honda Beat mengalami naik turun. Pada tahun 2017, dimana target penjualan perusahaan adalah 1.200 unit, Namun yang terealisasi sebanyak 1.100 unit. Pada tahun 2018 diler NSS Kota Kefamenanu menargetkan 1.200 unit, namun yang terealisasi sebanyak 1.000 unit. Pada tahun 2019 Diler NSS Kota Kefamenanu menargetkan penjualan 1.200 unit, namun yang terealisasi sebanyak 1.050 unit. Pada tahun 2020 Diler NSS Kota Kefamenanu menargetkan penjualan 1.200 dan terealisasi sebanyak 1.150 artinya penjualan Diler NSS Kota Kefamenanu mengalami peningkatan yang cukup baik. Namun pada tahun 2021 dapat dilihat bahwa penjualan mengalami penurunan yang sangat drastis dengan menargetkan penjualan 1200 unit. Namun hanya terealisasi sebanyak 950 unit.

Motor Honda Beat dapat di terima baik dan positif di pasar Indonesia. Motor jenis Beat telah diakui sebagai motor kepercayaan masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari berbagai prestasi keunggulan Motor Honda Beat. Motor Honda Beat sendiri disambut dengan baik, pada awal di luncurkan tahun 2008 silam, maka terbukti bahwa semakin meningkatnya permintaan Motor Honda Beat meningkat.

Sepeda motor Honda beat adalah jenis motor metic yang saat ini di gemari banyak masyarakat. Honda beat merupakan sepeda motor matic yang sangat menarik perhatian konsumen, Honda Beat memiliki

pendinginan udara segar agar sepeda motor tidak terlalu panas, maka sepeda motor Honda beat memiliki performace, dan tenaga yang handal.Kelebihan Motor honda beat adalah sangat irit bahan bakar ditambah dengan tingkat keamanan yang tinggi. Honda beat juga didukung dengan desain body yang ramping dan ringan selain itu, Honda beat juga dilengkapi dengan *fitur side stand swith* yang berfungsi memberi keamanan bagi pengendara yang sering lupa mengangkat standar samping. Karena *fitur* tersebut berfungsi untuk mematikan mesin, serta memutuskan arus stater elektrik saat posisi standar samping turun.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Jika sudah adanya kebutuhan dan keinginan maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang akan diinginkan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian tertarik dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Brand Awareness*, Terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat (Studi Kasus pada Diler NSS Kota Kefamenanu)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Diferensiasi produk (X1) Berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) Sepeda Motor Honda Beat ?
2. Apakah *Brand Awareness* (X2) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepeda motor Honda Beat ?
3. Apakah Diferensiasi produk (X1) *Brand Awareness* (X2) Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepeda Motor Honda Beat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) Sepeda Motor Honda Beat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Sepeda Motor Honda Beat.
3. Untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi produk (X1) *Brand Awareness* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepeda Motor Honda Beat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pikiran terhadap pengembang ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

## 2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis, Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan memperluas ilmu pengetahuan serta sebagai media belajar untuk dapat mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan secara ilmiah.
- b. Bagi Perusahaan, Sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan keputusan manajemen dan kebijakan perusahaan terutama yang berkaitan dengan pengaruh Diferensiasi Produk. *Brand Awareness*, terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat.
- c. Bagi Universitas, Sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa mengenai pemikiran dan bahan kajian dalam penelitian selanjutnya.