

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu faktor perkembangan di era globalisasi dan informasi saat ini mendorong gaya hidup masyarakat yang berdampak pada perubahan struktur pasar konsumen. Perubahan gaya hidup, pergeseran kebutuhan konsumen, tentu tidak bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli mereka, yang disertai ketersediaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Konsumen saat ini hidup dengan berbagai macam kebutuhan dan produsen akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam upaya memenangkan pasar, produsen dituntut untuk memahami perilaku konsumen. Salah satu faktor yang banyak mempengaruhi perilaku konsumen saat ini adalah gaya hidup.

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangatlah penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, salah satu jenis pilihan sarana angkutan darat untuk mempermudah dan mempercepat waktu tempuh adalah dengan menggunakan sepeda motor. Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat sangat vital mengingat tingginya tingkat kemacetan terutama di kota-kota besar di Indonesia, salah satunya di kota Yogyakarta maka sepeda motor merupakan salah satu pilihan yang tepat. Permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor untuk melakukan inovasi dari produk yang dihasilkan.

Pasar sepeda motor yang ada pada beberapa merek anggota Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), terdapat beberapa produsen yang memiliki pangsa pasar Indonesia yang sangat besar dan terus bersaing, diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Untuk jenis sepeda motor ataupun tipe yang diproduksi di

Indonesia pada dasarnya terbagi menjadi 3 jenis yaitu Motor Bebek, Motor Skutic atau *scooter matic* dan Motor *Sport*.

Persaingan sepeda motor jenis *matic* perlu mendapatkan perhatian, terutama konsumennya yang membutuhkan informasi yang akurat mengenai sepeda motor *matic*. Honda vario 150 merupakan produk sepeda motor *matic* dari PT Astra Honda Motor (AHM) yang merupakan produk unggulan dari Honda saat ini. Honda vario 150 memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan motor *matic* merek lainnya seperti mengacu pada mesin, performa, konsumsi bahan bakar dan teknologi terbaru yang tersedia. Honda vario 150 memberikan image motor yang nyaman dan irit namun berkelas, setiap perubahan pada Honda vario tampak tampilan motor ini menjadi makin futuristik. Di generasi terbaru ini desain bodi terlihat tajam dan lebih besar. PT Astra Honda Motor menanamkan berbagai fitur canggih di Honda Vario 150 yang dinamakan *honda smart technology* antara lain *answer back system*, lampu depan LED, PGM-FI, ISS (*idling stop sistem*), dan mesin Honda vario ini sudah menggunakan eSP. Honda vario 150 ini memiliki performa tinggi jauh di atas motor skutik lainnya. Honda vario 150 mampu mencatat waktu 11,9 detik untuk jarak 0-200m dengan top speed 102 km/jam. Selain bertenaga, motor ini juga memiliki konsumsi BBM teririt di kelasnya yaitu sebesar 52,9 km/liter. Dengan fitur ini bisa menghemat konsumsi BBM 30% dibandingkan vario sebelumnya.

PT Astra Honda Motor selalu mengedepankan kualitas dan kenyamanan maka dari itu ada beberapa penghargaan yang berhasil di perolehnya antara lain *Bike Of The Year 2012* dari tabloid motor plus dengan kategori jaminan mutu dan kenyamanan, *Best Technology*, *Best Full Consumption*, *motorcycle of the year* dari forum wartawan otomotif Indonesia. PT Astra Honda Motor juga memperoleh penghargaan dari segi penjualan yaitu dari Museum Rekor Indonesia (MURI), karena berhasil melampaui

angka penjualan 400.000 unit perbulan setelah berhasil menjual 415.071 unit sepeda motor di pasar domestik. penjualan honda vario 150 di yogyakarta juga melampaui target penjualan. Astra Motor Yogyakarta menargetkan penjualan sebanyak 1500 unit per bulan. Namun berhasil terjual diatas 1500 unit.

Tabel 1.1
Data AISI September 2016

No	Pabrikan	Terjual	Persentase
1	Honda	423,256 unit	76,14%
2	Yamaha	119,717 unit	21,53%
3	Kawasaki	8,036 unit	1,44%
4	Suzuki	4,628 unit	0,83%
5	TVS	183 unit	0,03%
	Total :	555,820 unit	100%

Sumber :www.aisi.com

Dari tabel diatas tampak sepeda motor honda menduduki posisi pertama dengan total penjualan sebanyak 423,256 unit yang artinya 76,14% pangsa pasar indonesia. Diposisi kedua di tempati yamaha dengan penjualan 21,53% atau dengan angka penjualan sebanyak 119.717 unit. Posisi ketiga ditempati oleh kawasaki dengan penjualan 1,44% atau sebanyak 8,036 unit. Diposisi keempat ditempati oleh suzuki dengan penjualan 0,83% atau sebanyak 4,628 unit dan diposisi kelima ditempati TVS dengan penjualan 0,03% atau sebanyak 183 unit.

Gaya hidup masyarakat Indonesia terutama Yogyakarta merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah sebenarnya yang ada di dalam alam pikir

pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.

Menurut Well dan Tigert (dalam Susanto,2010 pada laman <http://www.jakartaconsulting/art-01-11.htm>) mengemukakan bahwa perilaku konsumen atau gaya hidup dapat diamati atau diukur dengan aktivitas minat, opini, dengan adanya *Activities* atau Aktivitas perusahaan dapat dengan mudah mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan konsumennya, sehingga mempermudah perusahaan perusahaan untuk menciptakan strategi-strategi dari informasi yang didapatkan tersebut. *Interest* atau Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami minat dan hasrat pelanggannya. Dengan memahami minat pelanggannya, dapat memudahkan perusahaan untuk menciptakan ide-ide guna mempengaruhi pembelian para pelanggannya. Sedangkan *Opinion* atau opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi pribadi mereka sendiri. Indikator opini adalah isu sosial, isu politik dan bisnis. Isu politik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen dalam negara yang sama biasanya memiliki lingkungan politik yang sama pula, tetapi lingkungan politik juga dapat mempengaruhi peluang bisnis perusahaan pada tingkat lokal maupun internasional. Beberapa perusahaan bisnis telah menjadi sangat sukses dengan mempelajari lingkungan politik dan menyusun strategi yang memanfaatkan peluang yang terkait dengan perubahan dimensi politik.

Menurut Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa. Keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tertentu akan diawali oleh langkah-langkah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku

pasca pembelian. Dengan kata lain diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli barang atau jasa. Menurut Setiadi (2003) pengambilan keputusan yang diambil seseorang dapat disebut sebagai pemecahan masalah, konsumen memiliki sasaran atau perilaku yang ingin dicapai atau dipuaskan.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik dituangkan dalam suatu karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 150 Di kota Yogyakarta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan masalah penelitian maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh dimensi aktivitas, minat dan opini secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta?
2. Apakah aktivitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta?
3. Apakah minat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta?
4. Apakah opini berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh aktivitas terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta.

2. Menganalisis pengaruh minat terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh Opini terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta.
4. Menganalisis apakah dimensi Aktivitas, minat dan opini berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario 150 di kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi sejumlah pihak, diantaranya:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam permasalahan yang sebenarnya.
2. Bagi masyarakat, menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan maupun sebagai bahan referensi mengenai gaya hidup konsumen.