

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kehidupan masyarakat yang sangat sibuk dengan aktivitas sehari-hari, menjadikan alat transportasi kebutuhan manusia yang sangat berarti adalah kebutuhan akan transportasi untuk berjalan dari tempat yang satu ke tempat yang lain dengan cepat tanpa ada hambatan untuk menuju tempat yang diinginkan kebutuhan akan transportasi umum yang baik menjadi mutlak bagi masyarakat yang ingin melakukan kegiatan. Pemerintah menyediakan transportasi umum, namun belum memuaskan dari segi kenyamanan, jumlah yang tersedia, maupun pilihan rute. salah satu pilihan yang tepat adalah memilih alat transportasi yang berupa kendaraan bermotor roda dua atau sepeda motor. Dalam hal ini kendaraan sepeda motor yang ada pada saat ini cukup banyak diminati oleh masyarakat, keadaan inilah menyebabkan permintaan akan sepeda motor menjadi semakin bertambah, sehingga perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing merebutkan dan mempertahankan pangsa pasar. Banyaknya pemasar antara lain merek: Honda, Suzuki, TVS, Yamaha. Dari berbagai produk sepeda motor, honda dan yamaha merupakan sepeda motor yang paling banyak diminati masyarakat. Berikut ini adalah perbandingan sepeda motor Honda dan Yamaha, yaitu:

Tabel 1.1**Perbandingan Harga Sepeda Motor Honda Dan Yamaha**

Kendaraan	Harga	Kendaraan	Harga
Honda Beat	Rp 16,77 Juta	Yamaha Mio	Rp 16,36 Juta
Honda Vario	Rp 20,94 Juta	Yamaha Lexi	Rp 20,71 Juta
Honda Scoopy	Rp 19,19 Juta	Yamaha Fino	Rp 18,06 Juta
Honda Supra X 125F1	Rp 17,68 Juta	Yamah Jupiter MX	Rp 18,9 Juta
Honda CBR150R	Rp 27,48 Juta	Yamaha Vixion R	Rp 30,56 Juta
Honda PCX	Rp 29 Juta	Yamaha Nmax	Rp 30 Juta

Sumber : www.oto.com, 2019

Dari data diatas menunjukkan bahwa perbandingan harga sepeda motor Honda dan Yamaha dari berbagai macam type harga sepeda motor Honda dan sepeda motor Yamaha Relatif Sama. Berikut ini daftar penjualan sepeda motor, yaitu :

Tabel 1.2**Daftar Penjualan Sepeda Motor**

Tahun	Honda	Yamaha
2016	4.380.888	1.394.078
2017	4.385.888	1.348.211
2018	4.759.202	1.455.088

Sumber : www.tribunnews.com, 2019

Pada data diatas diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2016 penjualan sepeda motor Honda yaitu 4.380.888 dan sepeda motor Yamaha yaitu 1.394.078, kemudian penjualan pada tahun 2017 mengalami peningkatan

penjualan sepeda motor Honda 4.385.888 dan sepeda motor Yamaha mengalami penurunan penjualan yaitu 1.348.211, lalu pada tahun 2018 sepeda motor Honda terus mengalami peningkatan yaitu 4.759.202 dan sepeda motor Yamaha kembali mengalami kenaikan yaitu 1.455.088. dalam hal tersebut memiliki persaingan dari penjualannya yang terus. Masing – masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut ini adalah tabel sepeda motor terlaris di Indonesia ditahun 2019 adalah sebagai berikut.

Tabel 1.3

7 Sepeda Motor Terlaris Di Indonesia Terbaru 2019

Kendaraan	Jumlah Kendaraan Terjual
Honda Beat	1.855.349 unit
Honda Vario	1.277.024 unit
Yamaha Mio	539.958 unit
Honda Scoopy	350.925 unit
Yamaha V-Ixion	251.937 unit
Honda Supra X	173.487 unit
Honda Revo	164.591 unit.

Sumber : <https://www.otomaniac.com>, 2019

Dari data tersebut menunjukkan bahwa 7 sepeda motor terlaris yaitu diantaranya adalah sepeda motor Honda Beat dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 1.855.349 unit, Honda Vario dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 1.277.024 unit, Yamaha Mio dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 539.958 unit, Honda Scoopy dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 350.925 unit, Yamaha V-Ixion dengan jumlah kendaraan yang

terjual adalah 251.937 unit, Honda Supra X dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 173.487 unit, Honda Revo X dengan jumlah kendaraan yang terjual adalah 164.591 unit. Sehingga perusahaan terus bersaing untuk mengkomunikasikan produknya kepada pasar sasaran, salah satunya melalui promosi salah satunya melalui media televisi diketahui bahwa pengeluaran iklan sebagai berikut.

Tabel 1.4

Jumlah Pengeluaran Iklan Sepeda Motor

Tahun	Yamaha	Honda
2016	245.599.000	206.812.000
2017	289.574.000	198.307.000
2018	302.555.000	63.000.000

Sumber : <https://www.kompas.com>

Pada tabel 1.4 menunjukkan jumlah pengeluaran iklan sepeda motor Yamaha yang mengeluarkan dana yang paling besar dari sepeda motor Honda tetapi dalam penjualan sepeda motor Yamaha masih rendah dibandingkan sepeda motor Honda. oleh karena itu peneliti ingin meneliti sikap konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha. Menurut Sumarwan (2014:165), sikap (*ettitude*) konsumen adalah “faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen”.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik dengan pengambilan judul “**Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Dan Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Darma Persada)**”

1.2 Identifikasi, Pembatasan, Perumusan Masalah

Dari penjabaran diatas perbandingan harga sepeda motor Honda Dan Yamaha relatif sama tetapi yang paling diminati adalah sepeda motor Honda dan dalam total pengeluaran iklan sepeda motor Yamaha memiliki pengeluaran dana yang paling besar dari sepeda motor Honda tetapi dalam penjualan sepeda motor Yamaha masih rendah dibandingkan sepeda motor Honda. Tetapi Oleh sebab itu penulis membatasi masalah sehingga pembahasan dalam penelitian ini menjadi lebih terfokus, ruang lingkup ini menjadi jelas dan terarah pada sasaran, serta tidak terlalu luas dan membuat peneliti lebih spesifik dalam meneliti. Maka peneliti hanya membatasi perbandingan sikap konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha Di Universitas Darma Persada.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan permasalahannya yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Bagaimana perbandingan sikap konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha Di Universitas Darma Persada ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian yang ingin diketahui adalah untuk menjelaskan perbandingan sikap

konsumen terhadap sepeda motor Honda dan Yamaha Di Universitas Darma Persada.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, pihak lembaga pendidikan dan pihak-pihak lain yang kiranya berkepentingan dengan masalah ini. Berikut ini penulis sampaikan mengenai manfaat penelitian:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai multi atribut fishbein. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan sikap konsumen, dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.
- b. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mahasiswa dapat memberikan ide atau saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada perusahaan tersebut bersifat membangun bagi kemajuan perusahaan.