

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kita sedang menghadapi suatu era baru yang di tandai oleh adanya kecendrungan globalisasi dunia, perkembangan teknologi dan reformasi ekonomi dilakukan negara-negara di dunia untuk menghadapi persaingan global. Globalisasi sendiri mengandung pengertian bahwa setiap negara bahkan setiap bisnis dan perusahaan, menghadapi persaingan global baik secara langsung maupun tidak langsung. Globalisasi telah memaksa perubahan yang signifikan dalam pola produksi perusahaan-perusahaan multinasional. Seiring dengan adanya perubahan tersebut terjalin kerjasama multilateral dan regional makin banyak dikembangkan guna mengantisipasi perkembangan dan persaingan yang terjadi sekarang dan yang akan datang.

Perubahan yang sangat cepat dalam bidang industri mengakibatkan membanjirnya produk-produk yang masuk ke pasaran. Setiap konsumen mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda-beda terhadap suatu produk. Suksestidaknya suatu produk dipengaruhi oleh sikap dan perilaku konsumen terhadap produk yang bersangkutan. Memahami perilaku konsumen adalah tugas penting manajemen pemasaran, agar konsumen menerima produk yang di tawarkan perusahaan. Dengan mengidentifikasi pasar, maka perusahaan dapat mengetahui strategi apa yang akan dipakai dan digunakan dalam penjualan produknya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sepeda motor merupakan alat transportasi primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Pada tingkatan pendapatan yang relatif masih rendah serta infrastruktur masih belum memadai membuat banyak orang melirik sepeda motor.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain dengan melalui media periklanan. periklanan memungkinkan penjual untuk menyampaikan pesan berulang kali dan memungkinkan konsumen untuk menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini disebabkan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat luas, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Iklan adalah media yang paling efektif dimana perusahaan besar maupun kecil membuatnya untuk mempromosikan produk dalam rangka mengenalkan, mendekatkan dan sebagai media informasi yang diperlukan konsumen untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu produk. Sebagai media yang efektif, televisi adalah pilihan utamanya. Karena dewasa ini televisi merupakan teknologi yang umum dijumpai hampir di setiap rumah penduduk Indonesia.

Seiring dengan makin meningkatnya populasi manusia dan semakin tingginya mobilitas masyarakat, amat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan terutama kebutuhan alat transportasi khususnya kendaraan roda dua atau sepeda motor. Sepeda motor banyak diminati dan dimiliki oleh banyak masyarakat Indonesia dikarenakan sepeda motor adalah alat transportasi yang efektif dan efisien apabila dibandingkan dengan mobil sepeda motor terus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjualan 5 tahun terakhir dapat dilihat bahwa setiap tahun nya sepeda motor *matic* Honda Scoopy mengalami peningkatan. ini berarti menunjukkan bahwa Honda Scoopy disukai oleh banyak kalangan dan menjadi pilihan ketika membeli sepeda motor. Fenomena ini bisa disebabkan oleh Honda Scoopy yang sudah dikenal sebagai sepeda motor *matic* ini mempunyai nama besar dengan citra iritnya dan purna jual yang tinggi dibandingkan sepeda motor *matic* lain.

Dalam hal ini untuk mengetahui perkembangan penjualan didaerah kelurahan manggala sakti dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor Honda Scoopy Dikelurahan Manggala Sakti:

No	Tahun	Pengguna scoopy
1	2012	15
2	2013	18
3	2014	22
4	2015	25
5	2016	37

Sumber: Badan pendapatan daerah pekanbaru

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa penjualan Honda scoopy pada tahun 2012-2016 mengalami peningkatan, mengingat jumlah masyarakat manggala sakti yang tergolong banyak atau berjumlah 1.918 KK maka dapat disimpulkan bahwasannya masyarakat manggala sakti lebih menyukai motor matic Honda scoopy dibandingkan dengan motor merek yang lainnya seperti Suzuki, Yamaha dll.

Perkembangan dunia periklanan pada saat ini yang semakin pesat dan didukung oleh pertumbuhan media cetak maupun jumlah stasiun televisi (mediaelektronik) yang terus meningkat, membuat perusahaan harus selektif dalam membuat iklan untuk mendukung penjualannya. Strategi pemasaran dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi yang tepat dan efisien diperlukan agar efektivitas komunikasi iklan dapat dicapai. Selain itu, dukungan dari citra merek yang selama ini dibangun dan dijaga dengan baik oleh Honda, dapat membantu Honda untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan industri sepeda motor di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas, aspek lainnya yang harus dimiliki dan dipertahankan nilai positifnya bagi setiap perusahaan adalah citra merek. Karena pada dasarnya pengertian dari kata merek itu merupakan alat identifikasi yang secara spesifik membuat nilai yang menjanjikan. Hal yang sangat penting bagi produsen maupun konsumen. Merek bukan hanya simbol yang dipakai untuk mengidentifikasi produk atau perusahaan. Peranan atau fungsi dari suatu merek bukan hanya sebagai pembeda dari produk yang dihasilkan oleh produsen yang satu dengan produsen lainnya, namun merek merupakan penentu dalam menghasilkan suatu competitive advantages yakni keunggulan kompetitif. Kenyataan yang dialami oleh Honda adalah mereka bukanlah yang pertama dalam pasar motor skutik ini dan persaingan yang ketat dengan para pesaingnya, yang membuat mereka harus tetap mampu berinovasi dan memperbaiki kinerja perusahaan mereka. Karena seketika para pesaing juga akan membeikan ancaman.

Persepsi merupakan cara pandang orang memandang dunia ini, dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Media massa dengan segala macam bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal pemasaran pengaruh media iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk atau merek. Persepsi dapat mempengaruhi sikap, tingkah laku dan penyesuaian pada diri seseorang. Proses persepsi disini bisa dibidang sebagai proses yang

manisiawi atau otomatis, karena persepsi bekerja dengan cara yang hampir sama pada setiap individu meskipun hasil akhir yang didapatnya berbeda itu karena dipengaruhi oleh berbagai macam faktor pembentuknya. Secara sederhana persepsi mengandung arti bagaimana cara seseorang dalam memenuhi sesuatu atau bagaimana cara dia melihat suatu objek.

Terdapat berbagai faktor yang menyebabkan masyarakat untuk memilih Honda Scoopy sebagai pilihannya. Dalam memahami faktor inilah tingkat persaingan produsen semakin tinggi. Semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk maka semakin banyak pula tuntutan akan pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rohil yang mana mayoritas penduduknya menggunakan sepeda motor dalam melakukan aktivitas. Berikut ini adalah jumlah penduduk dan KK dari 17 Kelurahan di Kecamatan Tanah Putih:

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk per Kelurahan di Kecamatan Tanah Putih 2016

No	Nama Kelurahan	Jumlah Penduduk	Jumlah KK
1	Ujung Tanjung	10.423	2.286
2	Sedinginan	5.465	1.447
3	Banjar XII	5.500	1.379
4	Menggala Sakti	7.688	1.918
5	Rantau Bais	3.083	1.038
6	Cempedak Rahuk	3.902	957
7	Sintong	3.531	928
8	Sintong Bakti	3.602	915
9	Teluk Mega	3.500	868
10	Sekeladi	3.060	751
11	Sintong Makmur	2.814	695
12	Sintong Pusaka	2.705	675
13	Menggala Sempurna	2.193	595
14	Sekeladi Hilir	2.179	625
15	Menggala Teladan	2.143	543
16	Mumuqo	1.281	322
17	Teluk Berembun	879	199
Jumlah		64.853	16.360

Sumber: Kantor Camat Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir, 2016

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta: milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa Kelurahan Menggala Sakti adalah Kelurahan yang mempunyai jumlah penduduk terbanyak ke dua setelah kelurahan Ujung Tanjung. Mengingat jumlah masyarakat di Kelurahan Menggala Sakti yang tergolong banyak dalam melakukan pembelian sepeda motor dari berbagai merek dan tipe, maka penelitian ini dilakukan di Kelurahan Menggala Sakti tentang pemilihan alat transportasi roda dua yaitu sepeda motor *matic* Honda Scoopy.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah serta karakteristik obyek yang diteliti maka penulis sangat tertarik untuk melakukan studi penelitian. Maka penelitian ini dilakukan dengan judul penelitian

“PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KELURAHAN MANGGALA SAKTI KECAMATAN TANAH PUTIH KABUPATEN ROKAN HILIR)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah iklan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen pada pembelian sepeda motor honda Scoopy di kalangan masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir ?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy di kalangan masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah iklan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy di kalangan masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Iklan secara parsial terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy di kalangan Masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy di kalangan Masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir.
3. Untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek secara simultan terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy di kalangan Masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori-teori yang didapat dibangku kuliah khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang citra merek, kualitas produk, dan persepsi konsumen dengan kenyataan yang ada dilapangan.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembandingan dan revisi bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian selanjutnya di bidang pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh iklan, citra merek dan persepsi konsumen sepeda motor honda Scoopy dalam meningkatkan penjualan produknya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan dalam proposal ini dibagi atas enam bab yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu : pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, pengertian iklan, pengertian citra merek, pengertian persepsi konsumendan penelitian terdahulu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode , yaitu : lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir yang memakai sepeda motor honda Scoopy.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh iklan dan citra merek terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda Scoopy pada masyarakat kecamatan tanah putih kabupaten rokan hilir.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.