



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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk selalu berinovasi dan memiliki strategi yang bisa memenangkan persaingan dengan kompetitor demi mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan. Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi, membuat persaingan antar perusahaan otomotif semakin tinggi terutama di bidang sepeda motor yang mana sangat dibutuhkan oleh banyak orang.

Kebutuhan akan sepeda motor dewasa ini sudah seperti kebutuhan primer. Kemudahan menggunakan sistem angsuran atau kredit dengan uang muka yang ringan menjadikan konsumen lebih mudah untuk memiliki kendaraan pribadi. Di Indonesia sendiri banyak bermunculan sepeda motor dengan berbagai merek, desain, dan kualitas yang berbeda-beda. Penjualan sepeda motor di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan ditambah dengan banyaknya bermunculan merek-merek baru. Namun beberapa merek lama dari industri ini masih memegang pasar sepeda motor di Indonesia, seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki yang masih menjadi merek kuat dalam industri sepeda motor.

Salah satu inovasi dari produsen sepeda motor adalah motor dengan teknologi *matic*. Sepeda motor *matic* saat ini menjadi primadona dalam dunia motor, salah satunya dapat dilihat dari semakin banyak jenis sepeda motor *matic* yang muncul dan juga semakin diminati oleh masyarakat. Di

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.

Indonesia sendiri terdapat beberapa merek sepeda motor *matic* yang sudah lama dikenal oleh masyarakat.

Honda mengeluarkan produk dengan segmen *matic* untuk memuaskan konsumen. Salah satu jenis sepeda motor *matic* dari Honda adalah Vario. Honda Vario yang merupakan produk sepeda motor *matic* yang mengutamakan kepraktisan serta dilengkapi dengan teknologi dari segi keamanan. Di samping itu juga dikenal sebagai sepeda motor yang memiliki konsumsi bahan bakar yang efisien. Honda Vario merupakan sepeda motor *matic* berkapasitas 108cc dan dilengkapi radiator. Dari beberapa keunggulannya tersebut maka diharapkan Honda Vario mampu mengambil posisi pesaing dalam sepeda motor *matic*.

Adapun data penjualan sepeda motor *matic* merek Honda Vario di salah satu Capella Honda yang berada di Kecamatan Tanah Putih adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Matic Honda Vario PT. Capella Dinamik Nusantara Ujung Tanjung

No	Tahun	Volume Penjualan (Unit)
1	2012	463
2	2013	608
3	2014	553
4	2015	632
5	2016	687
Total		2.943

Sumber: PT. Capella Dinamik Nusantara Ujung Tanjung, Tanah Putih Rohil

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan Honda Vario pada tahun 2012 ke 2013 mengalami kenaikan sebesar 145 unit atau 31,3%, kemudian pada

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.

tahun 2014 penjualannya mengalami penurunan sebesar 55 unit atau persentase kenaikannya hanya sebesar 9% yang lebih kecil dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 penjualan kembali naik dari 553 unit menjadi 632 unit atau kenaikan sejumlah 79 unit dengan persentase kenaikan sebesar 14,3%. Dan data terakhir pada tahun 2016 menunjukkan kenaikan penjualan sejumlah 55 unit atau naik sebesar 8,7% lebih besar dibandingkan dari tahun sebelumnya. Namun dari penjualan 5 tahun terakhir dapat dilihat bahwa setiap tahun nya sepeda motor *matic* Honda Vario mengalami peningkatan. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Honda Vario disukai oleh banyak kalangan dan menjadi pilihan ketika membeli sepeda motor. Fenomena ini bisa disebabkan oleh Honda Vario yang sudah dikenal sebagai sepeda motor *matic* ini mempunyai nama besar dengan citra iritnya danurna jual yang tinggi dibandingkan sepeda motor *matic* lain.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek (*brand image*) produk yang mereka miliki. Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dalam suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang disukai atau terkenal. Suatu merek yang dikenal oleh pembeli akan menimbulkan minatnya untuk mengambil keputusan pembelian. Dampak dari simbol suatu produk memberikan arti pada pengambilan keputusan konsumen, sebab simbol dan image merupakan hal penting dalam periklanan dan mempunyai pengaruh dalam minat untuk membeli. (Schiffman dan Kanuk, 2008: 6).

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.

Dalam **Sangadji dan Sopiah (2013: 337)** menyatakan bahwa preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda-beda. Keputusan pembelian suatu produk biasanya dipengaruhi oleh saran dan pendapat orang lain yang dijadikan referensi atau kelompok rujukan. Kelompok rujukan dapat berfungsi sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang sehingga perilaku para anggota kelompok rujukan ketika membeli suatu produk bermerek tertentu akan dapat dipengaruhi oleh kelompok rujukan.

Selain itu produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentuk motivasi bagi konsumen. Produsen mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian salah satunya adalah motivasi. Motivasi adalah suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak ke arah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan. (**Sangadji dan Sopiah, 2013; 155**)

Terdapat berbagai faktor yang menyebabkan masyarakat untuk memilih Honda Vario 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.

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 Citra Merek, Kelompok Rujukan, dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario” (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah pokok dalam penulisan ini, adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?
2. Apakah kelompok rujukan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?
3. Apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?
4. Apakah citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir?

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.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kelompok rujukan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada 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 yang didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.
2. Bagi perusahaan sebagai evaluasi bagi perusahaan daam mengambi keputusan dibidang pemasaran. Seain itu dapat mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario.

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.

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.

3. Bagi pembaca hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan dalam skripsi ini dibagi atas enam bab yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematis 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 : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu: pengertian pemasaran, pengertian merek, pengertian citra merek, pengertian kelompok rujukan, pengertian motivasi, pengertian keputusan pembelian.

BAB III : METODE PENELITIAN

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

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 IV

: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran lokasi penelitian, struktur organisasi, gambaran umum perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian analisis pengaruh citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir.

BAB VI

: KESIMPULAN DAN SARAN

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