

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 Masalah

Dewasa ini, persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah-langkah serta strategi yang jitu guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang meningkat. Hal ini di hadapi oleh setiap perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri sepeda motor. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi.

Kebutuhan akan alat transportasi telah menjadi kebutuhan primer di banding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun diluar kota, konsumsi bahan bakar lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Kemudahan kredit sepeda motor

serta perilaku konsumen yang cenderung konsumtif pun menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu. Berbagai produsen sepeda motor berlomba-lomba menciptakan aneka jenis varian sepeda motor guna memenuhi kebutuhan masyarakat alat transportasi, sehingga saat ini dapat dilihat berbagai jenis sepeda motor dari berbagai merek bermunculan, fenomena ini dibuktikan dengan penjualan sepeda motor di Indonesia yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Seiring dengan pesatnya perkembangan perdagangan sepeda motor ini, maka persaingan di bidang pemasaran sepeda motor pun semakin meningkat, dan konsumen pun saat sekarang ini lebih cerdas dalam menentukan tempat pembelian dan lebih kritis terhadap produk yang mereka beli, terlebih lagi produk tersebut melebihi apa yang diinginkan. Jika keinginan tersebut tidak dapat dipenuhi dengan mudah, maka konsumen akan mencari substitusi dari apa yang dibutuhkan. Dengan mengetahui perilaku konsumen terutama pada proses keputusan pembelian akan sangat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pasarnya sehingga segmen pasar akan lebih jelas, nyata dan efektif.

Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan, oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipegang oleh perusahaan. Perusahaan yang dapat meyakinkan konsumen akan mencapai tujuan perhatian perusahaan terhadap perilaku konsumen merupakan keharusan yang tidak boleh diabaikan bila perusahaan ingin berhasil dan tidak ditinggal oleh konsumen.

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 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 tipe *Matic* semakin banyak diminati masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya produk-produk baru skutermatik yang banyak dijumpai di jalan-jalan. Pada tipe skutermatik lebih diutamakan kenyamanan untuk pengguna pada saat mengendarai sepeda motor tersebut. Oleh karena itu ciri-ciri karakteristiknya maka tipe skutermatik sangat cocok digunakan saat melakukan perjalanan jauh maupun dekat. Disamping itu, tipe skutermatik dapat pula dipergunakan untuk daerah perkotaan karena telah desain khusus untuk pengendara yang lebih mengutamakan kenyamanan.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas fungsi produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang berkualitas membuat perusahaan yang bergerak dibidang *manufacture* berlomba-lomba untuk lebih meningkatkan kualitas produk mereka demi menjaga maupun mempertahankan citra perusahaan tersebut.

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap nilai, kualitas dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas pada suatu produk tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk.

PT. Capella Dinamik Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry otomotif, berupa penjualan sepeda motor *Matic* dengan merek Vario 125. Skutermatik Vario 125 merupakan produk yang dipasarkan oleh PT. Capella Dinamik Nusantara memiliki keunggulan dan kelebihan tersendiri dibandingkan sepeda motor *Matic* sejenis lainnya. Hal ini

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.

merupakan kebijakan pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang akan di pasarkan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, serta mampu menembus pangsa pasar yang luas.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan serta dapat memenuhi kepuasan bagi konsumen perusahaan harus lebih mengutamakan bentuk, desain, serta daya tahan , dan merek agar keinginan serta kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Kebijakan produk juga sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi kejenuhan konsumen terhadap produk tersebut.

Berikut adalah penjualan sepeda motor *Matic* Vario 125 dari tahun 2010-2015

Tabel 1.1 : Data penjualan sepeda motor Vario 125 PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru

No	Tahun	Volume Penjualan(unit)	Persentase Penjualan
1	2012	546	32,32%
2	2013	386	22,85%
3	2014	378	22,38%
4	2015	214	12,67%
5	2016	165	9,76%
	Total	1689	100

Sumber : PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru 2017

Berdasarkan tabel data penjualan diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan volume penjualan pada tahun 2012-2015. Rincian penyusutan persentase penjualannya : periode 2012-2013 sebesar 9,47%, 2013-2014 sebesar 0,47%, 2014-2015 sebesar 9,71, dan 2015-2016 sebesar 2,71%.

Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah calon pembeli yang memutuskan untuk membeli Vario 125 di dealer tersebut mengalami

penurunan. Penyebab menurunnya penjualan pada vario 125 pada Pt. Capella Dinamik nusantara diantaranya, PT. Astra Honda Motor Indonesia telah mengeluarkan dan memperkenalkan varian terbaru skutermatik Vario, yaitu All New Vario 150 Esp persepsi konsumen berubah cukup drastis, apalagi All New Vario 150 Esp merupakan produk skutermatik pertama Honda yang memiliki kapasitas mesin yang cukup besar dikelasnya yaitu 150 cc serta Mempunyai tampilan baru yang semakin mewah, tajam, dan agresif, dengan pilihan warna monotone yang lebih berkelas, serta dilengkapi dengan beragam teknologi dan fitur canggih yang tentunya tidak ada dalam seri Vario sebelumnya. dan pada saat ini juga disusul dengan skutermatik Scoopy dan BeAT yang penjualannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Selain dari produk dari Honda, skutermatik dari komeptitor lain yaitu seperti N-max, Mio, Address Skydrive pun juga dapat dari penyebab menurunnya penjualan Vario 125 Pada Pt. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru, yang juga gencar melakukan pemasaran terhadap skutermatik andalan mereka. Sebenarnya dalam memasarkan produk tidak mestinya dari para pesaing ada Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2008)**, keputusan pembelian seseorang dapat dipengaruhi oleh motivasi, persepsi dan sikap sedangkan Menurut **Kotler dan Keller (2009)**. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mampu mendorong seseorang bertindak. Motivasi muncul karena ada kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan

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.

timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasratnya tersebut. Di dalam melakukan perilaku inilah sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang lain, meskipun sebenarnya mereka memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Motivasi terbentuk karena adanya rangsang yang datang dari dalam diri seseorang (kondisi fisiologis). Pengenalan kebutuhan akan menyebabkan tekanan kepada konsumen, sehingga adanya dorongan pada dirinya untuk melakukan tindakan. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya persepsi kualitas produk. Produk yang berkualitas diharapkan dapat memberikan nilai bagi konsumen yang menggunakannya. Suatu produk yang berkualitas akan dipersepsikan baik oleh konsumen.

Persepsi konsumen atas suatu produk dapat berasal dari informasi yang diterima atau dari pengalaman konsumen dimasa lalu. Persepsi masing-masing konsumen atas kualitas suatu produk akan berbeda-beda. Persepsi yang muncul dapat bersifat positif maupun negatif. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Berdasar persepsi inilah konsumen , tertarik dan membeli.

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.

Sikap merupakan evaluasi, perasaan seseorang, dan kecenderungan tindakan

yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap obyek atau gagasan tertentu. Konsumen akan meyakini informasi yang diterimanya dan memilih merek tertentu untuk dibeli, hal itu berkaitan dengan sikap yang dikembangkan. Konsumen yang suka atau bersikap positif terhadap suatu produk yang disukainya tersebut. Sebaliknya, kalau konsumen bersikap negatif terhadap suatu produk, maka biasanya akan tidak memperhitungkan produk tersebut sebagai pilihan pembelian, bahkan tidak jarang akan menyampaikan ketidaksukaanya tersebut kepada teman, kerabat atau tetangganya.

Berdasarkan pemaparan teori dan data tentang perkembangan, pertumbuhan dan pemakai Sepeda motor Vario 125 maka penelitian ini mengambil judul. “ **Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 125 Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru** “

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru?

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 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.

2. Apakah Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara?
3. Apakah Sikap berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru?
4. Apakah Motivasi persepsi dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Motivasi secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sikap secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap terhadap keputusan pembelian sepeda motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara pekanbaru.

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.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan wadah untuk mengembangkan wawasan, pengaplikasian ilmu-ilmu manajerial yang telah dipelajari selama masa perkuliahan serta untuk meningkatkan pengetahuan penulis

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan

3. Bagi Akademisi

Universitas dapat menggunakan penelitian ini untuk menambah perbendaharaan perpustakaan Universitas dalam bidang Ekonomi Manajemen Pemasaran serta sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematikan penulisan.

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 II : TELAAH PUSTAKA

Bab landasan teori menguraikan tentang teori yang terkait dengan objek pembahasan, pandangan islam terhadap keputusan pembelian, penelitian terdahulu, variabel penelitian, kerangka pemikiran dan defenisi konsep operasional penelitian serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab gambaran umum perusahaan mengemukakan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta aktifitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan mengemukakan tentang pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB VI : PENUTUP

Bab penutup berisikan kesimpulan dari pembahasan dan saran sebagai sumbangan pemikiran.