

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

Perkembangan zaman yang begitu cepat dan perubahan tingkat aktifitas masyarakat yang serba instan telah membawa perubahan dan tatanan baru dari segala bidang kehidupan, termasuk diantaranya adalah perubahan tingkat kebutuhan dan aktifitas ekonomi suatu masyarakat. Kondisi ini mengharuskan masyarakat untuk lebih cekatan dalam menjalankan aktifitas sehari-harinya. Dalam hal ini perusahaan yang bergerak dibidang otomotif lah yang mengambil peran penting demi terpenuhinya keinginan masyarakat tersebut.

perusahaan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang kegiatannya adalah menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Perusahaan berusaha membuat suatu produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Jika produk dapat diterima oleh masyarakat atau konsumen berarti tujuan perusahaan telah tercapai. Dinamika persaingan bisnis yang semakin ketat antara berbagai kegiatan dalam menghasilkan dan menjual produknya, memberikan pengaruh terhadap pandangan bahwa perusahaan harus memberitahukan dan memperkenalkan produknya agar terdorong untuk membeli produk perusahaan melalui kegiatan promosi.

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.

Perilaku konsumen dalam pembelian produk sangat bergantung pada Psikologis konsumen itu sendiri. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi psikologis seseorang untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk.

Keputusan pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan dengan berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Para pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja konsumen sasaran mereka.

Saat ini persaingan bisnis terjadi pada industri sepeda motor, hal tersebut dikarenakan meningkatnya jumlah penduduk yang ada di Indonesia dan memiliki aktifitas yang membutuhkan alat transportasi yang sesuai dengan kebutuhan. Semakin bertambahnya penduduk maka semakin banyak kendaraan yang dibutuhkan. Hal ini membuat bertambahnya *brand* dan jenis kendaraan bermotor di Indonesia. Semakin pesatnya perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, semakin besar pula keinginan konsumen untuk mengikuti perkembangan zaman. Seiring perkembangan, memiliki sebuah sepeda motor sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat.

Saat ini sepeda motor matic menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memilih kendaraan bermotor. Karena orang lebih mengutamakan ketepatan waktu dan lebih menyukai sesuatu yang mudah dan efisien, maka sepeda motor maticlah yang menjadi jawabannya. Salah satu produk kendaraan matic yang dikeluarkan Honda adalah Scoopy.

Scoopy diluncurkan pada 20 Mei 2010. Honda Scoopy memiliki perbedaan dengan sepeda motor matic pada umumnya, Astra Honda menciptakan

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.

Scoopy untuk membuktikan kebutuhan anak muda di Indonesia yang ingin tampil beda dan mengedepankan gaya hidup serta kebebasan berekspresi. Honda Beat menjadi matic terlaris, matic yang juga menjadi [motor terlaris di tahun 2015](#) terjual 112 ribuan unit, namun ternyata Honda Scoopy ESP ternyata bisa mengalahkan Honda Vario 125 ESP yang biasanya menjadi motor terlaris diposisi ke 2. Di tengah melemahnya pasar sepeda motor nasional, dan seiring dengan pemerintah yang akan meningkatkan biaya pajak kendaraan bermotor demi untuk mengurangi kendaraan sepeda motor didalam negeri, Honda Scoopy tetap laris dibeli pecinta skutik Tanah Air.

Hal ini terlihat dari penjualannya yang tumbuh hingga 8,5 % dalam 5 bulan pertama tahun ini dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor nasional pada periode Januari-Mei 2015 tercatat 2.599.448 unit atau melemah 24,7% dibandingkan dengan penjualan pada periode yang sama tahun lalu sebesar 3.451.377 unit.

Pada saat ini Honda scoopy menjadi primadona dikalangan para remaja beranjak dewasa, Honda scoopy menghadirkan tampilan yang sesuai dengan gaya anak muda pada zaman sekarang. Walaupun dahulu sepeda motor matik ini identik dengan perempuan, tapi tidak sama halnya pada saat ini, Karena laki-laki juga menyukai skutik apalagi seperti Honda scoopy ini, tampilannya tidak seperti skutermatik biasanya yang cenderung lebih kepada model untuk perempuan, Honda scoopy memiliki tampilan yang sesuai untuk laki-laki dan perempuan.

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.

tidak jarang ditemui dijalanan kalau banyak laki-laki yang memakai skutik merek scoopy ini. Kebanyakan adalah anak muda, Begitu juga yang bisa diamati di kabupaten Kampar khususnya di kecamatan Tambang, banyak anak muda maupun orang tua yang memakai produk ini, baik untuk pergi bekerja, pergi kesekolah maupun untuk pergi jalan-jalan sore. melalui penglihatan langsung dilapangan dan survei ke sebuah dealer resmi CV. Aspah Motor di Danau Bingkuang, Kecamatan Tambang, penjualan dari Sepeda motor Honda Scoopy ini cukup meningkat penjualannya, meningkat dari tahun sebelumnya. berikut data penjualan sepeda Motor yang berada di Dealer tersebut:

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda motor CV. Aspah Motor Danau Bingkuang Kecamatan Tambang

NO	Merk	Tahun 2015	Tahun 2016
1	Honda Beat Sporty ESP	163 unit	150 unit
2	Honda Scoopy ESP	87 unit	102 unit
3	Honda Vario 125 ESP	75 unit	60 unit
4	Honda Vario 150 ESP	24 unit	27 unit
5	Honda Mio	19 unit	23 unit

Sumber: CV. Aspah Motor Danau Bingkuang 2017

Dari tabel penjualan sepeda motor diatas terlihat bahwa Honda Scoopy mengalami peningkatan penjualan dari tahun 2015 yang lalu, dari tahun sebelumnya terjual 87 unit naik menjadi 102 unit. jadi apa sebenarnya yang menjadikan produk Honda scoopy ini meningkat tajam penjualannya, dan apa yang membuat Honda scoopy ini begitu diminati oleh masyarakat khususnya masyarakat kecamatan Tambang.

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 penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang

‘Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar).’

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar ?
3. Apakah persepsi kualitas dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar?

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

1. Untuk mengetahui Apakah persepsi kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten kampar?
2. Untuk mengetahui Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar?
3. Untuk mengetahui Apakah persepsi kualitas dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Honda scoopy di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Semoga dengan adanya penelitian ini perusahaan Honda bisa menjadikannya sebagai referensi untuk kedepannya..

2. Bagi akademis

Semoga dengan adanya penelitian ini bisa menjadikan tambahan referensi untuk universitas terutama pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

3. Bagi mahasiswa

Semoga penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya,dan juga bisa diperbaiki lagi untuk penelitian selanjutnya.karena masih banyak terdapat kekurangan disana sini yang perlu lagi untuk dibenahi,amin.

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.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi 6 bab, dimana pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang ada hubungannya dengan penelitian, hipotesis, kerangka berfikir, variabel penelitian, pandangan islam, penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan Bab Metode Penelitian yang berisikan mengenai lokasi dan waktu penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik pengumpulan data, Pengukuran Variabel, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif obyek penelitian yang dalam hal ini adalah perusahaan Astra Honda Motor (AHM)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

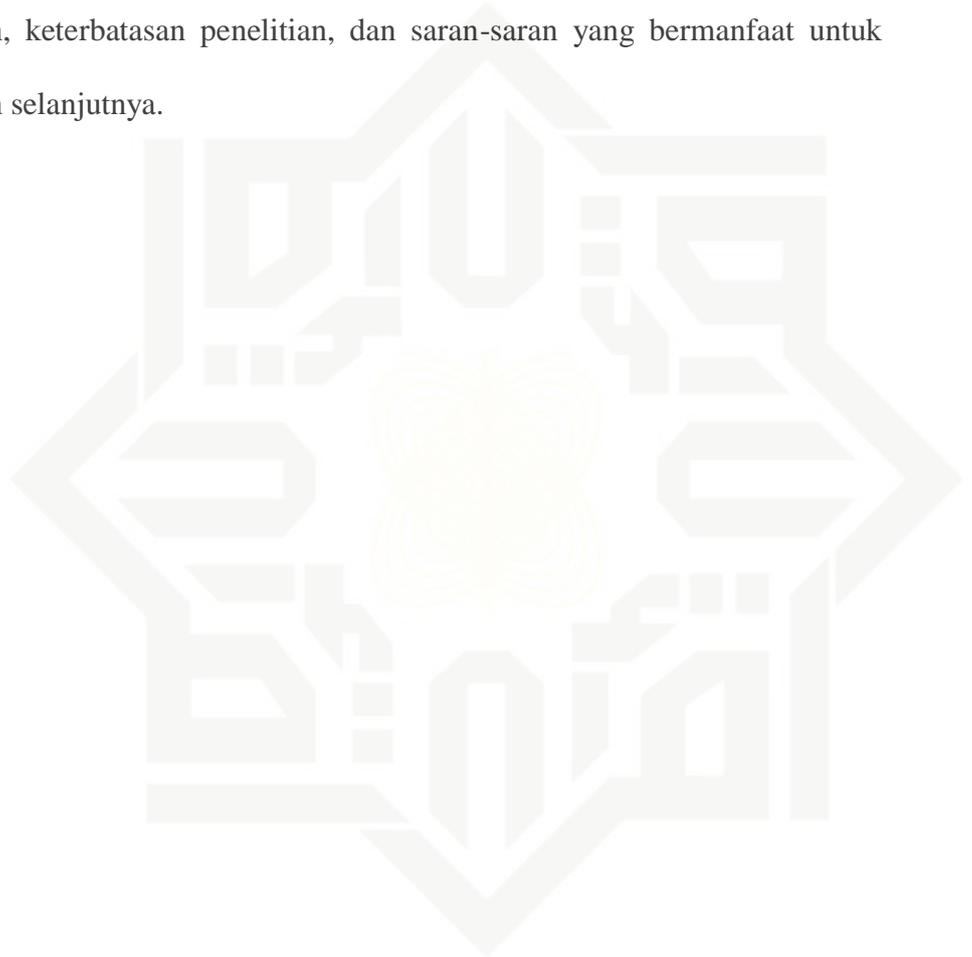
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 V : PEMBAHASAN DAN HASIL

Bab ini menguraikan tentang analisa data dan pembahasannya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan atas hasil pembahasan analisa data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.



UIN SUSKA RIAU