

# **BAB I**

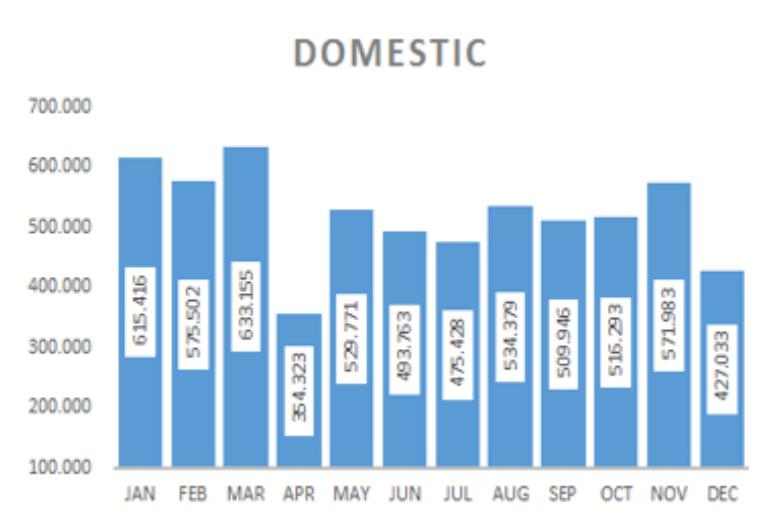
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

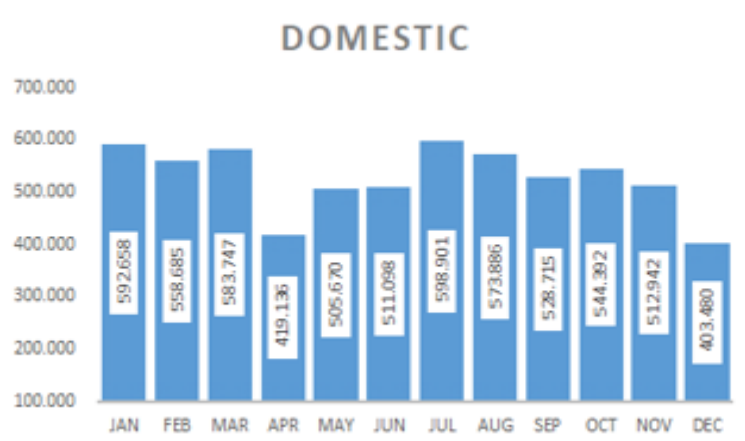
Di Indonesia industri sepeda motor mengalami perkembangan yang sangat dinamis dan menjadi salah satu sektor otomotif terpenting dalam perekonomian nasional. Karena praktis, efisien bahan bakar, dan kemampuan untuk menembus kemacetan lalu lintas yang semakin padat di wilayah perkotaan maupun pedesaan, menjadikan sepeda motor sebagai moda transportasi utama bagi mayoritas masyarakat di Indonesia.

Selama tahun 2024, industri sepeda motor Indonesia menghadapi perubahan penjualan perbulannya, meskipun pertumbuhannya meningkat secara tahunan. Penjualan sepeda motor mengalami penurunan 4,87% pada kuartal pertama 2024 seiring dengan inflasi pangan yang belum terkendali, hingga tingginya tingkat suku bunga dari Bank Indonesia (Putra, 2024). Dari sini kita bisa tahu bahwa pasar sepeda motor sangat responsive terhadap kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik tentang kemajuan industri sepeda motor di Indonesia, data penjualan domestik selama beberapa tahun terakhir harus diamati. Oleh karena itu, berdasarkan laporan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) tahun 2023 dan 2024, berikut adalah data penjualan sepeda motor domestik.



Gambar 1. 1 Data Domestik AISI Tahun 2023



Gambar 1. 2 Data Domestik AISI Tahun 2024

Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) tersebut, penjualan sepeda motor domestik pada tahun 2024 mencapai 6,33 juta unit, meningkat dibandingkan tahun 2023 yang tercatat 6,23 juta unit. Dari data ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat fluktuasi ekonomi dan tantangan daya beli masyarakat, industri sepeda motor tetap memiliki resiliensi yang kuat dan terus menjadi pilihan utama transportasi pribadi di Indonesia.

Setelah melihat pertumbuhan penjualan sepeda motor secara keseluruhan, kecenderungan konsumen juga memperlihatkan dominasi yang sangat kuat pada segmen sepeda motor matik di pasar nasional. Menurut data AISI dalam Sopiadin & Suganda (2024), menyatakan bahwa pembelian sepeda motor matic lebih besar dibandingkan dengan pembelian sepeda motor bebek dan sport, sepeda motor matik mencapai 90,36% sedangkan sepeda motor bebek 5,04% dan sepeda motor sport 4,60% lebih rendah dibandingkan sepeda motor matik. Kemudahan pengoperasian, efisien lalu lintas perkotaan, dan kenyamanan yang ditawarkan mendorong tingginya minat konsumen untuk membeli sepeda motor metik. Tren ini telah bertahan selama beberapa tahun terakhir meskipun daya beli masyarakat setempat sempat menurun.

Sejalan dengan dominasi sepeda motor matik di pasar, keputusan konsumen untuk memilih jenis kendaraan ini merupakan hasil dari proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh beragam faktor internal maupun eksternal. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Piyoh et al., (2024) keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam konteks pembelian sepeda motor matik, faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, dan pengaruh kelompok referensi menjadi pertimbangan utama konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa komponen ini berinteraksi satu sama lain dan mempengaruhi keputusan akhir konsumen.

Dalam keputusan pembelian sepeda motor matik, harga merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhinya. Karena harga berhubungan langsung dengan manfaat dan nilai yang diharapkan dari barang yang dibeli, pertimbangan harga sangat penting dalam perilaku konsumen modern. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa “harga merupakan salah satu factor yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian karena berkaitan dengan manfaat yang diharapkan” (Sumilat et al., 2022).

Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian sepeda motor matik. Kotler dan Armstrong dalam Murningtyas & Samboro (2024) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan keunikan, ciri khas, atau identitas suatu produk yang secara eksplisit maupun implisit mencerminkan kemampuannya dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Dalam hal ini, kualitas produk dipandang sebagai faktor pembeda yang memberikan nilai lebih dibandingkan produk pesaing serta menjadi dasar bagi konsumen dalam menilai manfaat yang akan mereka peroleh. Dengan demikian, kualitas yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat keputusan pembelian terhadap sepeda motor matik.

keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor matik juga dipengaruhi oleh kelompok referensi yang memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Kelompok referensi merupakan individu yang menjadi anggota kelompok yang memiliki kekuatan untuk mengubah perilaku orang lain dan menggunakan

kekuatan tersebut untuk membandingkan perilaku mereka sendiri dengan perilaku orang lain, serta menginformasikan keputusan pada perilaku mereka sendiri (Sumarwan dalam Rizki & Tamamudin, 2024). Schiffman & Wisenblit dalam Putri & Linggasari (2024) menambahkan bahwa reference group dapat menjadi sumber pembanding, pengaruh, serta acuan dalam hal pendapat, nilai, maupun sikap seseorang. Dengan demikian, kelompok referensi berperan sebagai rujukan sosial yang dapat memperkuat atau mengarahkan pilihan konsumen, terutama ketika produk yang dipertimbangkan memiliki nilai sosial yang tinggi seperti sepeda motor matik.

Kabupaten Gresik terutama Kecamatan Kebomas, adalah salah satu daerah ekonomi Jawa Timur yang sangat berkembang. Kebomas juga bisa disebut sebagai daerah semi urban yang berbatasan langsung dengan Kota Surabaya dan memiliki mobilitas masyarakat yang tinggi untuk pekerjaan, pendidikan, dan bisnis. Transportasi sangat diperlukan di Kebomas karena banyaknya area industri, perdagangan, dan pemukiman yang padat. Data menunjukkan bahwa Kabupaten Gresik memiliki beberapa dealer resmi Honda, Yamaha, dan merk lainnya yang tersebar di beberapa kecamatan termasuk Kebomas (Marketing-motor.com, 2025) menunjukkan bahwa pasar sepeda motor di wilayah ini cukup potensial dan kompetitif.

Dengan demografi dan lokasi geografis yang strategis, Kebomas adalah lokasi yang menarik untuk mengkaji perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor matik. Masyarakat Kebomas sangat mobilitas untuk

berbagai tujuan, seperti pergi ke Surabaya untuk bekerja, aktivitas perdagangan lokal, hingga kegiatan sosial kemasyarakatan. Karena kepadatan lalu lintas yang tinggi dan jarak tempuh yang relative jauh, sepeda motor matik adalah pilihan yang sangat ideal karena kemudahan pengoperasian dan efisiensi bahan bakar. Selain itu, perbedaan tingkat pendapatan di Kebomas menyebabkan segmentasi pasar yang menarik.

Melihat dinamika industri sepeda motor di Indonesia, dominasi sepeda motor matik, serta karakteristik sosial ekonomi masyarakat Kebomas yang memiliki mobilitas tinggi dan kebutuhan transportasi yang praktis, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi sangat relevan untuk dikaji lebih mendalam. Perubahan kondisi ekonomi, keberagaman produk yang ditawarkan, serta kuatnya peran kelompok sosial dalam membentuk preferensi konsumen menunjukkan bahwa keputusan pembelian di wilayah ini tidak hanya ditentukan oleh satu aspek, tetapi merupakan hasil interaksi dari berbagai variabel yang saling memengaruhi.

Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik di Kebomas Gresik”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik?

2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik?
3. Apakah Kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik?

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar pembahasan tetap terarah dan tidak keluar dari inti permasalahan, penelitian ini menetapkan batasan terhadap ruang lingkup masalah yang dikaji pada **“Pengaruh harga,kualitas produk, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di kebomas Gresik”**. Pembatasan ini bertujuan agar penelitian berjalan lebih terarah, memudahkan proses analisis, dan memastikan tujuan penelitian dapat dicapai dengan baik.

### 1.4 Tujuan Peneliti

Tujuan penelitian ini untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah. Dengan itu, yang menjadi tujuan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

3. Untuk mengetahui apakah kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

## **1.5 Manfaat Peneliti**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoris**

Manfaat teoritis penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperkaya kajian ilmu pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen pada produk otomotif di wilayah semi-urban seperti Kebomas Gresik. Studi ini menambah literatur mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik, sekaligus membuka peluang bagi penelitian lanjutan yang ingin mengembangkan variabel moderator maupun mediator. Selain itu, penelitian ini mengisi celah studi sebelumnya yang belum menganalisis ketiga faktor tersebut secara terpadu dalam konteks lokal, sehingga temuan yang dihasilkan mampu memperkuat dan melengkapi teori yang sudah ada.



### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini berfokus pada kontribusinya bagi pihak-pihak terkait. Bagi perusahaan otomotif dan dealer, hasil penelitian memberikan gambaran yang jelas tentang faktor penentu keputusan pembelian konsumen di Kebomas Gresik, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat, penetapan harga yang kompetitif, pengembangan produk yang sesuai preferensi lokal, serta promosi yang lebih efektif melalui pemanfaatan kelompok referensi. Bagi konsumen, penelitian ini mendorong kesadaran akan pentingnya mempertimbangkan harga, kualitas produk, dan pengaruh kelompok referensi agar keputusan pembelian sepeda motor matik menjadi lebih rasional dan sesuai kebutuhan. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini menyediakan data empiris, pendekatan metodologis, dan sudut pandang analitis yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian lanjutan, studi perbandingan, maupun pengembangan kajian perilaku konsumen pada sektor otomotif dan bidang terkait lainnya.