

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, manusia mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi. Baik kebutuhan yang bersifat biogenik seperti rasa lapar dan haus, maupun kebutuhan psikogenik yaitu kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa kepemilikan (Kotler, 2000:12). Menurut Kotler, kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan.

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan pada pola perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen semakin selektif dalam memilih barang dan jasa yang diharapkan atau yang diinginkannya. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Swastha dan Handoko 1997:10).

Bagi perusahaan penting untuk memahami secara mendalam mengenai sikap dan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Setiap konsumen mempunyai penilaian, kebutuhan, selera, pendapat, dan sikap yang berbeda-beda dikarenakan lingkungan masyarakat mereka yang berbeda. Keputusan

pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Bagi perusahaan penting untuk memahami secara mendalam mengenai kebutuhan konsumen dan perilaku konsumen pasar sasaran, sebagai landasan bagi perusahaan dalam keberhasilan pemasarannya. Honda sebagai salah satu produsen sepeda motor harus mampu bersaing dengan produsen-produsen sepeda motor lainnya, termasuk produsen sepeda motor dari Cina dan Korea yang masuk kelingkungan bisnis yang sama dengan Honda. Honda merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi sepeda motor 4 tak dengan berbagai inovasi dan kelebihan mencoba bersaing dengan produsen-produsen lain seperti Suzuki, Yamaha, dan Kawasaki yang berasal dari satu negara yaitu Jepang. Dengan demikian, Honda harus mempunyai atribut yang melekat pada produknya agar dapat menarik para konsumen.

Berdasarkan pertimbangan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang faktor-faktor eksternal yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian dengan mengambil judul :

**“PENGARUH EKSTERNAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA FIT DI PURWOKERTO”**

B. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, agar penelitian berjalan lebih terarah dan fokus, maka peneliti memberikan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang memiliki sepeda motor Honda Supra Fit di Purwokerto.
2. Faktor-faktor yang menjadi perhatian penulis adalah faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.
3. Karakteristik konsumen dalam penelitian ini, meliputi: jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga mempengaruhi pembelian sepeda motor Honda Supra Fit di Purwokerto.
2. Faktor manakah yang memiliki pengaruh paling dominan mempengaruhi konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda Supra Fit.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh eksternal yang terdiri dari variabel kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra Fit.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra Fit.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan ataupun menentukan strategi pemasaran sehingga dapat lebih efektif yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan serta dapat memenuhi tingkat kebutuhan dan selera konsumen.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.