

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, mengakibatkan banyaknya tingkat persaingan yang semakin ketat yang tidak mungkin bisa dihindari oleh masing-masing pemilik usaha. Bagi perusahaan yang ingin tetap bertahan dalam persaingan, harus bisa menjadi yang terbaik dan memiliki sesuatu yang khas dan menjadikannya berbeda dengan yang lain. Di samping itu, harus memiliki strategi pemasaran yang tepat.

Sama halnya dengan industri usaha dalam bidang sepeda motor yang semakin pesat. Masing-masing perusahaan saling berlomba dalam menghadapi persaingan untuk meraih pelanggan sebanyak mungkin. Banyak strategi yang mereka gunakan mulai dari harga murah, diskon, iming-iming hadiah, bonus, kredit dengan uang muka yang rendah, bahkan kredit tanpa uang muka pun digunakan sebagai strategi membujuk konsumen untuk membeli produk mereka. Tidak hanya itu, masing-masing perusahaan pun saling berlomba mengeluarkan berbagai macam variasi sepeda motor atau atribut yang sangat menarik.

Hal serupa dilakukan oleh salah satu perusahaan motor yaitu Yamaha dengan mengeluarkan salah satu variasi motor, yang ditujukan untuk kaum perempuan yang diberi nama Yamaha Mio. Dengan desain yang simpel, warna yang sangat bervariasi dan sangat nyaman sekali untuk dikendarai

Yang tentunya didesain sesuai dengan selera kaum perempuan. Tapi perlu diingat bahwa mengeluarkan produk baru dengan berbagai macam variasi bukan satu-satunya faktor konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, sangat penting bagi perusahaan untuk selalu mempelajari bagaimana sikap dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Perusahaan perlu memahami bahwa konsumen mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda-beda terhadap setiap produk. Kepuasan konsumen atas penggunaan produk akan memperkuat sikap dan membuka kemungkinan bagi konsumen untuk berperilaku positif terhadap produk tersebut, dalam arti ketika konsumen menyukai produk tersebut dan mereka merasa puas maka peluang mereka untuk melakukan pembelian kembali produk tersebut akan lebih besar (Kotler dalam Triwardhani, 2006).

Menurut Hartini dan Dharmmesta (2006), konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan berbagai kebutuhan dan keinginan. Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain jenis produk, faktor ekonomi, faktor psikologis, dan faktor antropologis juga menentukan perilaku pembelian seseorang. Termasuk faktor psikologis ini adalah: motif, sikap, kepribadian, dan sebagainya. Manajemen perlu mempelajari faktor-faktor tersebut agar program pemasarannya dapat lebih berhasil. Selain itu, keadaan keluarga dan kelompok lain juga perlu dipelajari

Menurut *Theory of Reasoned Action* model perilaku seseorang bergantung pada niat berperilaku, sedangkan niat untuk berperilaku bergantung pada sikap dan norma sosial atas perilaku. Sedangkan keyakinan terhadap akibat perilaku dan evaluasi akibat akan menentukan sikap perilaku seseorang. Keyakinan normatif dan motivasi untuk memenuhi orang lain akan menentukan norma sosialnya. Biasanya perilaku konsumen tertentu akan dilakukan bila kondisinya memang menguntungkan, yaitu: (1) sikap terhadap perilaku konsumen tersebut positif dan menguntungkan, (2) norma sosialnya yang menguntungkan, dan (3) jenjang kontrol berperilaku yang cukup tinggi (*Theory of Planned Behavior*) (Dharmmesta, 1998).

Setelah mengalami penyempurnaan dalam hal definisi, pengukuran dan model konseptualnya, maka saat penelitian mengenai sikap telah dapat menjadi *predictor* yang akurat terhadap perilaku (Dharmmesta, 1998). Sehubungan dengan ini maka penulis tertarik untuk meneliti “Analisis Sikap Konsumen Terhadap perilaku beli Motor Mio dengan menggunakan model *Theory of Planned Behavior*.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka untuk rumusan masalah dalam tulisan ini adalah: Apakah sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan mempengaruhi niat beli

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku memiliki pengaruh positif pada niat beli pada Motor Mio.

D. Batasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan bahasan utamanya adalah produk Motor Yamaha Mio. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa keterbatasan penelitian. Keterbatasan ini diakibatkan oleh waktu penelitian, dana penelitian, data penelitian, dan kerangka teoritis. Permasalahan yang akan dibahas terbatas pada pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada niat konsumen untuk membeli Motor Yamaha Mio di wilayah Gamping.

E. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih tentang pemahaman mengenai *Theory of Planned Behavior* bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan teori tersebut.
- b. Menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang pemasaran terutama *Theory of Planned Behavior* pada niat konsumen untuk berperilaku.
- c. Memberikan masukan bagi perusahaan untuk memprediksi sikap konsumen apa saja yang menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian.

F. Lingkup Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk menguji *Theory of Planned Behavior* dengan menekankan pada pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subyektif

dan kontrol keperilakuan yang dirasakan pada niat beli konsumen pada Motor

Mio Penelitian ini dilakukan di wilayah Cirebon