

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pentingnya citra merek dalam dunia usaha dimana saat konsumen membeli produk atau layanan, mereka tidak sekadar membeli produk atau layanan, tetapi mereka membeli apa yang diperjuangkan merek usaha tersebut. Itulah mengapa sangat penting untuk mendesain citra merek suatu usaha agar dapat menyampaikan apa yang ingin kita sampaikan kepada calon pembeli.

Di era modern saat ini dimana motor menjadi transportasi publik paling favorit digunakan oleh masyarakat Kota Jambi. Terpilihnya sepeda motor sebagai sarana transportasi publik paling favorit di Kota Jambi disebabkan karena keunggulan sepeda motor itu sendiri dalam hal biaya perawatan, biaya bahan bakar, efektifitas waktu perjalanan, kenyamanan, serta kemampuan untuk menerobos kemacetan yang terjadi di jalanan. Meningkatnya minat masyarakat Kota Jambi terhadap sepeda motor ternyata tak disia-siakan oleh produsen sepeda motor di Kota Jambi untuk memproduksi semakin banyak model dan merek sepeda motor yang ditawarkan ke masyarakat Kota Jambi.

Banyaknya merek sepeda motor yang beredar di Kota Jambi dengan berbagai jenis dan tipe dari masing-masing produsen sepeda motor di Kota Jambi menyebabkan banyaknya pilihan sepeda motor bagi masyarakat Kota Jambi. Selain itu dengan banyaknya merek sepeda motor yang beredar di Kota Jambi dengan berbagai jenis dan tipe secara otomatis meningkatnya persaingan produsen sepeda motor di Kota Jambi. Disinilah pentingnya ilmu manajemen pemasaran bagi

produsen sepeda motor di Kota Jambi untuk bertahan dalam persaingan serta mengatur strategi dalam menjual sepeda motor yang mereka tawarkan ke konsumen di Kota Jambi. Dimana manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Merek bukan hanya sebuah nama, simbol, gambar atau tanda yang tidak berarti. Merek merupakan identitas sebuah produk yang dapat dijadikan sebagai alat ukur apakah produk itu baik dan berkualitas. Merek adalah nama, istilah, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing (Kotler dan Keller, 2019:259). Masyarakat Kota Jambi melihat sebuah merek sebagai bagian yang paling penting dalam sebuah produk, dan merek dapat menjadi sebuah nilai tambah dalam produk tersebut. Pesaing bisa saja menawarkan produk yang mirip, tapi mereka tidak mungkin menawarkan janji *emosional* yang sama.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mempertahankan *Brand Image* yang mereka miliki di antaranya inovasi teknologi keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing dan

promosi yang tepat sasaran. Semakin baik *Brand Image* produk yang dijual maka akan berdampak pada keputusan pembelian oleh konsumen. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan pembelian yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk atau manfaat produk. Disinilah kita melihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan *Brand Image* (Citra Merek) dari produk tersebut.

Keputusan pembelian suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang-bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan *Brand Image* (citra merek) produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis.

Sepeda motor di Kota Jambi memiliki berbagai macam merek yaitu, Honda, Yamaha, Kawasaki, dan Suzuki. Saat ini sepeda motor merek Honda mengungguli pasar sepeda motor di Kota Jambi, kemudian di susul oleh sepeda motor merek Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki.

Adapun *Top Brand* sepeda motor di Kota Jambi dari tahun 2018-2023 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Top Brand Sepeda Motor di Kota Jambi
Tahun 2018-2023

No	Top Brand Sepeda Motor di Kota Jambi					
	Tahun					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Honda	Honda	Honda	Honda	Honda	Honda
2.	Yamaha	Yamaha	Yamaha	Yamaha	Yamaha	Yamaha
3.	Suzuki	Suzuki	Suzuki	Kawasaki	Suzuki	Suzuki
4.	Kawasaki	Kawasaki	Kawasaki	Suzuki	Kawasaki	Kawasaki

Sumber : Olah Data Samsat Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa *top brand* sepeda motor di Kota Jambi di kuasai oleh merek Honda di urutan pertama dan merek Yamaha diurutan kedua dalam lima tahun terakhir dan mengungguli dari merek sepeda motor lain yaitu, Suzuki, dan Kawasaki.

Saat ini pangsa pasar sepeda motor di Kota Jambi ada 3 merek sepeda motor yang dominan yaitu merek Honda, Merek Yamaha dan merek Suzuki. Adapun pangsa pasar sepeda motor merek Honda, Yamaha, dan Suzuki di Kota Jambi tahun 2018-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Pangsa Pasar Sepeda Motor Merk Honda, Yamaha, dan Suzuki di Kota Jambi Tahun 2018-2023

Tahun	Merk Honda (Unit) Peringkat 1	%	Merk Yamaha (Unit) Peringkat 2	%	Merk Suzuki (Unit) Peringkat 3	%	Total (Unit)	%
2018	5.040	47,06	4.370	40,81	1.298	12,12	10.708	-
2019	6.727	45,73	6.320	42,96	1.663	11,30	14.710	37,37
2020	5.688	48,01	5.060	42,75	1.087	9,18	11.835	(19,54)
2021	8.010	50,21	6.782	42,51	1.160	7,27	15.952	34,79
2022	14.823	54,61	10.959	40,37	1.361	5,01	27.143	70,15
2023	16.746	52,23	13.239	41,29	2.075	6,47	32.060	18,12

Sumber : Olah Data Samsat Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pangsa pasar sepeda motor di Kota Jambi dalam lima tahun terakhir di kuasai oleh sepeda motor merek Honda di peringkat pertama, kemudian disusul oleh sepeda motor merek Yamaha

diperingkat kedua, dan disusul oleh sepeda motor merek Suzuki diperingkat ketiga. Disini peneliti memilih sepeda motor merek Yamaha sebagai objek penelitian dikarenakan munculnya produk baru dari produsen sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi pada Tahun 2022 yaitu Yamaha Fazio yang bentuknya hampir mirip dengan vespa matic akan tetapi harganya terbilang cukup murah dibandingkan dengan vespa matic yang harganya jauh lebih mahal ditambah lagi dengan modelnya yang klasik membuat masyarakat Kota Jambi tertarik dengan produk Yamaha Fazio ini.

Adapun jumlah penjualan sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi dari tahun 2018-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Jambi
dari Tahun 2018-2023

Tahun	Sabang Raya motor	Panca Motor	Mataram Sakti	Total Penjualan (Unit)	Perkembangan (%)
2018	1.859	1.512	999	4.370	-
2019	2.316	1.738	2.266	6.320	44,62
2020	2.008	1.879	1.173	5.060	(19,93)
2021	1.678	2.843	2.261	6.782	34,03
2022	2.653	4.135	4.171	10.959	61,58
2023	3.879	4.947	4.413	13.239	20,80

Sumber : Olah Data Samsat Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas jumlah penjualan sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi dari tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Dimana pada tahun 2018 total penjualan yaitu 4.370 unit, pada tahun 2019 total penjualan mengalami kenaikan sebesar 44,62%, pada tahun 2020 total penjualan mengalami penurunan sebesar -19,93%, pada tahun 2021 total penjualan mengalami kenaikan yaitu sebesar 34,03%, pada tahun 2022 total penjualan masih mengalami kenaikan yaitu

sebesar 61,58% dan pada tahun 2023 total penjualan masih mengalami kenaikan yaitu sebesar 20,80%.

Penurunan jumlah konsumen yang membeli sepeda motor pada Yamaha Kota Jambi tidak terlepas dari merek dan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen. Persaingan pada usaha sejenis sangat ketat dimana tingkat persaingan sudah pada tingkat inovasi teknologi yang digunakan. Masing-masing perusahaan menampilkan kelebihan dari pada masing-masing merek produk sepeda motor yang dihasilkannya.

Konsumen sudah mengenal *brand* Yamaha sejak lama. Dalam menentukan suatu produk, *brand* merupakan hal yang penting bagi konsumen karena dengan adanya suatu *brand* dapat menandakan satu tingkat mutu tertentu, sehingga pembeli dapat lebih mudah dalam memilih produk. Dalam pembelian produk motor Yamaha, konsumen perlu didasari dengan identitas merek. Identitas merek (*brand identity*) nantinya akan menjadi dasar dari opini masyarakat. Identitas merek (*brand identity*) membedakan merek dari kompetitor dan mewakili sesuatu yang dilakukan perusahaan dari waktu ke waktu.

Konsumen mengetahui identitas merek Yamaha melalui *tagline* “Semakin di Depan” yang memiliki arti yaitu mampu memberikan *spirit* harus lebih baik setiap harinya. Slogan Yamaha yang telah dikenal konsumen ada sejak tahun terbentuknya Yamaha hingga sekarang *Tagline* “Semakin di Depan” secara resmi diumumkan di gelaran *World Superbike* saat perkenalan *lineup tim road racing* 2018 Yamaha Motor Europe, yang dicantumkan pada tim Pata Yamaha *Official World Superbike*.

Brand identity Yamaha tidak hanya dilihat dari *tagline* saja, namun dapat dilihat dari logo produk Yamaha. Pada tahun 1898, Yamaha memulai usaha pertama mereka di bidang musik, dimana mereka menggunakan garpu tala sebagai logo perusahaan yang telah *distandarisasi*. Dimulai dari tahun 1898-1966, Yamaha masih bergerak di bidang musik dan sudah mengganti logo perusahaannya sebanyak tujuh kali. Kemudian terjadi pembaharuan bentuk logo pada tahun 1967, dikarenakan di tahun tersebut Yamaha tidak hanya bergerak di bidang musik saja melainkan juga bergerak di bidang otomotif dan mulai memproduksi motor pertama mereka. Saat itu Yamaha sudah menggunakan logo seperti saat ini, yakni lingkaran dengan di dalamnya terdapat tiga garpu tala. Tiga garpu tala dari Yamaha Logo mewakili hubungan *kooperatif* yang menghubungkan tiga pilar bisnis yaitu teknologi, produksi, penjualan. Dengan adanya identitas merek pada produk Yamaha, perusahaan dapat mempertahankan konsumen dan menjaga kestabilan penjualan sepeda motor. Identitas merek tentu perlu diperhatikan dalam membangun loyalitas merek.

Karena identitas merek (*brand identity*) yang nantinya akan menjadi dasar pembentuk opini masyarakat. Menurut Aaker (2013:27) bahwa, identitas merek (*brand identity*) merupakan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Agar menjadi efektif, identitas merek perlu berinteraksi sehingga membentuk persepsi dalam benak konsumen, sehingga membedakan merek dari pesaing, dan menjadi dasar dari strategi merek selanjutnya.

Segmentation (segmentasi pasar) sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi menggunakan beberapa dasar diantaranya yaitu segmentasi geografis yaitu

seluruh wilayah Kota Jambi, segmentasi demografis yaitu laki-laki dan perempuan, segmentasi psikografis yaitu mengarah ke gaya hidup dan kepribadian dari masyarakat di wilayah Kota Jambi dan segmentasi perilaku dimana lebih mengarah kepada segi penggunaan konsumen di Kota Jambi. *Targeting* (target pasar) sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi yaitu menargetkan pasar dengan perekonomian menengah sampai ke atas. Strategi yang digunakan yaitu pasar dibedakan yaitu sepeda motor kecil seperti Yamaha Fazio, Fino, dan Mio ditargetkan kepada karyawan wanita, mahasiswi, atau ibu-ibu rumah tangga, dan untuk sepeda motor besar seperti Nmax, Aerox ditargetkan kepada pegawai-pegawai kantor atau pegawai PNS, Polisi, Tentara, Pengusaha dan Eksekutif Muda. Kemudian strategi pasar terkonsentrasi, yang dimana strategi ini cuman memfokuskan kepada kelompok tertentu saja yaitu dari kalangan atas seperti pegawai PNS, Polisi, Tentara, Pengusaha dan Eksekutif Muda. *Positioning* (posisi pasar) yang dilakukan sepeda motor Merek Yamaha di Kota Jambi yaitu dengan menggunakan keunggulan bernilai baik dengan Slogan “Yamaha Semakin di Depan” dimana sesuai dengan Slogannya dibuktikan bahwa mesin Yamaha memiliki cc yang tinggi tetapi tetap hemat dalam penggunaan bahan bakarnya karena didukung oleh teknologi *blue core* dan memiliki keunggulan bersaing yang tepat yaitu memegang *image market sell* dan mengkomunikasikan strategi posisi pasarnya dengan menggunakan sosial media.

Adapun kelebihan sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.4
Kelebihan Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Jambi

No	Kelebihan Sepeda Motor Merek Yamaha
1.	<i>Brand Image</i> kuat
2.	Bengkel resmi tersedia dimana-mana
3.	Harga Jual Lebih Tinggi
4.	Spare part dan aksesoris original mudah dijumpai
5.	Penggunaan Teknologi Terbaru seperti <i>Diasil Cylinder</i> dan <i>Forge Piston</i> . Kondisi ini dapat membuat terhambatnya aus serta tidak ada lagi kejadian <i>piston</i> yang macet.
6.	<i>Fuel Injection</i> yang mampu membuat kinerja mesin menjadi lebih baik.
7.	Mesin yang ditawarkan oleh Yamaha tentu memiliki level yang lebih dibandingkan dengan <i>brand</i> sepeda motor yang lainnya. Performa mesin sangat mantap, kuat dan mampu bertahan dalam waktu yang lama.
8.	Semua jenis sepeda motor Yamaha menggunakan teknologi <i>Blue Core</i> , Yamaha mengklaim bisa membuat bahan bakar lebih irit.
9.	Tampilan motor <i>matic</i> ramping untuk menghindari kemacetan.
10.	Motor bebek dari Yamaha juga tak kalah menarik. Tampilannya dibuat dengan sangat tegas dan terlihat <i>sporty</i> .

Sumber : yamahamu.co.id (2024)

Berdasarkan tabel diatas dimana sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi memiliki beberapa kelebihan salah satunya Semua jenis sepeda motor merek Yamaha menggunakan teknologi *Blue Core*, Yamaha mengklaim bisa membuat bahan bakar lebih irit.

Adapun jumlah masyarakat Kota Jambi yang berusia 17 tahun ke atas dari tahun 2018-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.5
Jumlah Penduduk Kota Jambi Yang Berusia 17 Tahun ke Atas
Tahun 2018-2023

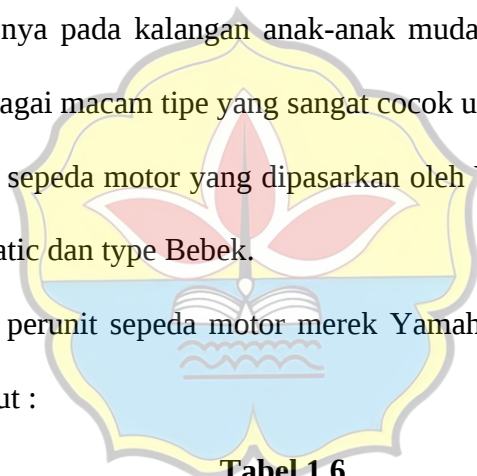
Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Perkembangan (%)
2018	598.103	-
2019	604.736	1,10
2020	611.353	1,09
2021	612.365	0,16
2022	619.267	1,13
2023	627.832	1,38

Sumber : Olah Data BPS Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas jumlah penduduk Kota Jambi yang berusia 17 tahun ke atas dari tahun 2018-2023 terus mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2018 jumlah penduduk Kota Jambi yang berusia 17 tahun ke atas berjumlah 598.103 jiwa, pada tahun 2019 mengalami kenaikan jumlah penduduk sebesar 1,10%, pada tahun 2020 masih mengalami peningkatan jumlah penduduk sebesar 1,09%, pada tahun 2021 masih mengalami peningkatan jumlah penduduk sebesar 0,16%, pada tahun 2022 masih mengalami peningkatan jumlah penduduk sebesar 1,13% dan pada tahun 2023 masih mengalami peningkatan jumlah penduduk sebesar 1,38%.

Saat ini kondisi Yamaha khususnya di Kota Jambi sedang banyak diminati masyarakat khususnya pada kalangan anak-anak muda, karena Yamaha banyak mengeluarkan berbagai macam tipe yang sangat cocok untuk kalangan masyarakat pada saat ini. Jenis sepeda motor yang dipasarkan oleh Yamaha Kota Jambi yaitu type Sport, type Matic dan type Bebek.

Adapun harga perunit sepeda motor merek Yamaha berdasarkan *type* tahun 2024 sebagai berikut :



Tabel 1.6
Harga Perunit Sepeda Motor Merek Yamaha Berdasarkan Type Tahun 2024

No	Yamaha Type Sport	Harga
1.	YZF R25	Rp. 63.450.000
2.	R15 Connected	Rp. 39.875.000
3.	MT-25	Rp. 57.225.000
4.	MT-15	Rp. 38.525.000
5.	WR 155R	Rp. 38.660.000
6.	All New Vixion	Rp. 29.275.000
No	Yamaha Type Matic	Harga
1.	FreeGo 125	Rp. 21.400.000
2.	GEAR 125	Rp. 18.205.000
3.	X-Ride 125	Rp. 19.960.000
4.	Mio M3 125	Rp. 17.405.000
5.	Fino 125	Rp. 20.150.000
6.	All New Aerox Conneted	Rp. 31.310.000

No	Yamaha Type Matic	Harga
7.	All New Nmax	Rp. 31.620.000
8.	Lexi	Rp. 28.650.000
9.	Fazio	Rp. 22.190.000
No	Yamaha Type Bebek	Harga
1.	Jupiter Z1	Rp. 18.110.000
2.	Vega Force	Rp. 16.665.000
3.	MX King 150	Rp. 24.075.000

Sumber : Olah Data Yamaha Sabang Raya Kota Jambi (2024)

Berdasarkan tabel diatas dimana harga perunit sepeda motor merek Yamaha berdasarkan *type* tahun 2024 beranekaragam. Mulai dari harga 16 jutaan hingga 63 jutaan. Penetapan harga yang bersaing ini pada sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi merupakan salah satu aspek dalam mempertahankan citra merek Yamaha di Kota Jambi.

Berdasarkan keterangan tersebut diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam bentuk tulisan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Jambi**”

1.2 Identifikasi Masalah

Ada beberapa kenyataan yang terjadi berkaitan dengan merek dan proses keputusan pembelian sepeda motor pada Yamaha Kota Jambi diantaranya :

1. *Top brand* sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi berada di urutan kedua dalam lima tahun terakhir mengungguli dari merek sepeda motor lain yaitu, Suzuki, dan Kawasaki.
2. Pangsa pasar sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi berada diperingkat kedua dalam lima tahun terakhir.

3. Jumlah penjualan sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi dari tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Tahun 2018 total penjualan yaitu 4.370 unit, pada tahun 2019 total penjualan mengalami kenaikan sebesar 44,62%, pada tahun 2020 total penjualan mengalami penurunan sebesar - 19,93%, pada tahun 2021 total penjualan mengalami kenaikan yaitu sebesar 34,03%, pada tahun 2022 total penjualan masih mengalami kenaikan yaitu sebesar 61,58% dan pada tahun 2023 total penjualan masih mengalami kenaikan yaitu sebesar 20,80%.
4. Konsumen mengetahui identitas merek Yamaha melalui *tagline* “Yamaha Semakin di Depan” yang memiliki arti yaitu mampu memberikan *spirit* harus lebih baik setiap harinya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran variabel citra merek dan keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang akan menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menggambarkan variabel citra merek dan keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek di Yamaha Kota Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap agar hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi manajemen Yamaha Kota Jambi sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai citra merek dan kinerjanya terhadap melayani konsumen demi mendapatkan keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, teori dan konsep yang telah diterima penulis selama kuliah. Dan diharapkan dapat menjadi referensi yang dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan citra merek dan keputusan pembelian konsumen.