

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang begitu pesat membuat kondisi persaingan semakin ketat. Konsumen dihadapkan pada berbagai jenis pilihan produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Satu fakta yang tetap bertahan adalah kebutuhan dan keinginan manusia selalu berlimpah. Perusahaan-perusahaan bisnis pun perlu melakukan tugasnya dengan lebih baik lagi untuk mengidentifikasi berbagai kebutuhan yang mendesak, menemukan produk-produk yang lebih baik, melakukan kegiatan periklanan dan penyerahan produk-produk itu secara lebih efisien sehingga para konsumen dapat dengan mudah memperolehnya.

Keputusan pembelian suatu produk juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan pribadi. Seseorang pada dasarnya sebelum mengenal lingkungan dalam memutuskan membeli atau tidak membeli suatu produk akan merujuk kepada keluarga, tetapi pada saat telah memiliki peran dan status dalam suatu kelompok hal tersebut dapat mempengaruhi keputusannya. Misalnya dalam hal pemilihan sepeda motor, sebelum seseorang memiliki peran dan status, keluarga menjadi acuan besar dalam diri seseorang, merk sepeda motor yang dipakai oleh

anggota keluarga itulah yang menjadi pilihannya. Namun pada saat telah memiliki peran dan status dalam suatu kelompok hal tersebut dapat berubah, karena merk sepeda motor yang dipakai biasanya merujuk kepada kelompok rujukan dalam hal ini teman serta dapat melihatkan peran dan statusnya dalam kelompok.

kelompok rujukan mempengaruhi konsumen dalam tiga cara, tentang informasi, tentang pemakaian dan tentang penilaian. Dalam hal ini penulis ingin meneliti sebuah produk sepeda motor yang saat ini diminati oleh masyarakat, yaitu sepeda motor Honda Cb150R. Fenomena-fenomena yang terlihat dalam pengamatan penulis sementara dari keputusan pembelian sepeda motor Honda Cb150R lebih cenderung melihat kelompok rujukannya.

CV.Indako Trading Medan merupakan salah satu perusahaan dealer sepeda motor Honda, yang menawarkan berbagai jenis sepeda motor merek Honda kepada konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsemuen untuk Membeli Sepeda Motor Honda Cb150R pada CV.Indako Trading Medan.**

B. Identifikasi Masalah

Untuk dapat mengarahkan dan memudahkan dalam melakukan penelitian ini, penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang ada antara lain:

1. Bagaimana tahap perkembangan penjualan sepeda motor Honda Cb150R pada CV. Indako Trading Medan.
2. Faktor-faktor apa saja yang membentuk perilaku konsumen untuk membeli sepeda motor Honda Cb150r pada CV. Indako Trading Medan.

C. Batasan dan Perumusan Masalah

Disebabkan berbagai keterbatasan yang dimiliki, baik waktu, dana dan pengetahuan serta untuk menghindari kesimpangsiuran dalam penulisan ini, maka penulis hanya membatasi permasalahan mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumen untuk membeli sepeda motor Honda Cb150r pada CV. Indako Trading Medan, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tahap perkembangan penjualan sepeda motor Honda Cb150R pada CV. Indako Trading Medan.

2. Faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumen untuk membeli sepeda motor Honda Cb150r pada CV. Indako Trading Medan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, menambah wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhinya.
2. Memberikan masukan berupa saran kepada perusahaan khususnya dalam meningkatkan pembelian sepeda motor Honda Cb150R.
3. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melaksanakan penelitian dalam bidang yang sama pada masa yang akan datang.