

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dari zaman dan teknologi yang berkembang sekarang dan disertai dengan meningkatnya tingkat pendapatan dari masyarakat yang menyebabkan meningkatnya dari taraf hidup dari masyarakat tersebut yang menjadi lebih baik, sehingga didalam kebutuhan masyarakat dalam konsumsi barang dan jasa juga naik mengalami peningkatan, hal ini juga dapat mempengaruhi dari bisnis para pengusaha pada zaman ini dikarenakan meningkatkan tingkat dari permintaan dari jasa dan produksi produk perusahaan mereka. Didalam melaksanakan suatu hal seperti kegiatan pemasaran, maka para perusahaan atau produsen harus mengetahui apa saja yang diinginkan dan diperlukan oleh pasar dan juga para konsumen.

Meningkatnya taraf hidup dari masyarakat yang ada saat ini, dan setelah kebutuhan dasar mereka telah terpenuhi, maka masyarakat sekarang dapat memiliki kesempatan untuk membeli suatu produk ataupun barang yang mereka inginkan, termasuk juga dengan keinginan akan mendapatkan kendaraan yang bertujuan untuk mempermudah mereka bepergian ke suatu tempat maupun untuk keperluan bekerja ataupun sekedar hanya untuk bergaya. Sepeda motor sekarang menjadi alat transportasi yang menjadi pilihan utama dari masyarakat dikarenakan sepeda motor dianggap menjadi transportasi yang dinilai praktis dan dinilai juga dapat menghindari kemacetan dan juga hal ini juga tidak lepas dari masalah harga dikarenakan harga sepeda motor pada saat ini yang relatif murah jika dibandingkan dengan alat transportasi dengan menggunakan mesin lainnya, perusahaan sepeda motor yang beroperasi di saat ini juga sekarang mempermudah cara atau metode dari masyarakat untuk mendapatkan produknya seperti dengan mengadakan diskon ataupun dengan menggunakan cara pembayaran yang bisa dicicil, sehingga grafik penjualan dan penggunaan sepeda motor dari tahun ke tahun tingkat permintaan akan produk sepeda motor menjadi meningkat seiring juga dengan meningkatnya kebutuhan hidup dan mobilitas dari masyarakat.

Di Indonesia saat ini juga terdapat banyak sekali model dan merk motor yang beredar dan dipasarkan di pasaran misalnya beberapa produsen perusahaan besar diantaranya seperti Yamaha, Honda, Suzuki, yang mereka pada saat ini memasarkan jenis motor dengan menggunakan bahan bakar bensin, namun kini ada terdapat juga berbagai merek motor yang menawarkan jenis dari motor dengan menggunakan bahan bakar listrik seperti viar, gesits dan masih banyak merek lainnya. Kondisi dari harga bahan bakar minyak sekarang yang sering sekali tidak stabil oleh karena itu dapat menjadi alasan untuk berpindahnya penggunaan motor bensin yang kemudian menjadi beralih menggunakan sepeda motor listrik, namun pada saat ini mayoritas dari masyarakat banyak sekali yang masih merasa terkesan asing dan kurang berminat untuk beralih menggunakan sepeda motor listrik dengan beberapa alasan lainnya, hal ini menyebabkan masih kurangnya minat dari para masyarakat dalam membeli dan menggunakan sepeda motor dengan bahan bakar listrik.

Didalam pertimbangan untuk memilih sepeda motor, masyarakat memiliki berbagai macam opsi pertimbangan dan pilihan. Hal ini dapat disebabkan karena banyaknya perusahaan sepeda motor yang beredar di pasaran yang membuat sangat ketatnya persaingan pasar di bidang produk sepeda motor di Indonesia. Untuk itu produsen sepeda motor menurut penulis diharuskan untuk menciptakan suatu produk dan inovasi yang sesuai dengan keinginan pasar. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi sikap dari para konsumen yang ada yaitu: Suatu dari kecenderungan harus yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran suatu produk dalam beberapa masalah-masalah yang baik ataupun yang kurang baik secara konsekuen[1].

Faktor yang mempengaruhi dari sikap para konsumen diantaranya memiliki beberapa faktor, ada faktor internal dan juga ada dari faktor eksternal, misalnya faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi konsumen yaitu; (1) dari hal kebudayaan (*culture*) dan dari faktor kebudayaan khusus (*sub culture*); kemudian adalah (2) faktor Kelas sosial (*social class*), kemudian dari (3) faktor Kelompok – kelompok sosial (*social group*) dan selanjutnya adalah kelompok referensi (*referensi group*): dan (4) faktor keluarga (*family*). Selain dari faktor eksternal,

faktor dari psikologis yang berasal dari dalam atau internal individu diri sendiri dapat menjadi dasar di dalam sikap konsumen, antara lain misalnya; (1) faktor motivasi; (2) faktor pengamatan; (3) faktor edukasi atau belajar; (4) faktor kepribadian dan juga konsep diri; (5) faktor sumber daya konsumen; dan yang terakhir adalah (6) faktor sikap.

Setelah memahami dari sikap konsmen maka kemudian akan terbentuk sikap dan adanya minat atau keputusan untuk membeli sebuah produk kendaraan sepeda motor, maka setelah itu memungkinkan akan terjadi konsumen akan membeli prodak sepeda motor tersebut. Minat dapat diartikan sebagai tingkat kegairahan dan perhatian seseorang secara khusus maupun terus menerus terhadap suatu hal atau keputusan untuk berperilaku dan bereaksi namun perilaku atau reaksi tersebut belum sempat dilaksanakan. Karena hal itu perusahaan yang terkait harus dapat mengetahui apa itu keinginan konsumen dan perusahaan juga harus mampu memahami sikap dari para konsumen dan menerapkannya dalam bentuk sebuah solusi dalam penyesuaian prodak yang dipasarkan, sehingga dapat meningkatkan permintaan akan prodak yang dipasarkan. Pada saat ini walaupun dari faktor harga bahan bakar minyak yang dinilai melambung tinggi namun beberapa golongan masyarakat yang ada masih sama sekali enggan dan belum mau untuk berpaling menggunakan motor ber bahan bakar listrik.

Berdasarkan dari alasan tersebut maka saya sangat amat merasa tertarik untuk mengangkat topik penelitian tentang hal ini yang berjudul “**analisis pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat beli sepeda motor listrik**”.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun beberapa perumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah ada dari pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat masyarakat untuk mengambil keputusan membeli motor listrik menggunakan metode *Fishbein*?
- 2) Diantara dua variabel yang ada yaitu variabel sikap dan norma subyektif, variabel apa saja yang memiliki pengaruh paling dominan di dalam

menentukan keputusan atau minat masyarakat untuk membeli sepeda motor listrik?

1.3 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini akan terdapat beberapa batasan masalah yang ditetapkan yang tidak lain bertujuan untuk menghindari tinjauan yang terlalu luas, maka oleh karena itu maka diperlukan diadakanya pembatasan dari masalah didalam analisa studi kasus ini:

- 1) Produk yang di analisis merupakan produk dari sepeda motor listrik yang memungkinkan dapat di dapatkan di daerah Kota Cimahi.
- 2) Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Cimahi.
- 3) Variabel yang dianalisis didalam penelitian ini ataralain:

- a. Sikap

Banyak faktor yang dinilai dapat mempengaruhi dari tingkat dan minat pembelian produk sepeda motor listrik, namun pada penelitian ini akan dapat ditentukan kedalam beberapa variabel yang dianggap berkaitan dalam sikap konsumen yaitu:

- a) Keyakinan

Adalah Merupakan sebuah kemungkinan yang dapat diyakini dari hubungan antara suatu hal yang menunjukkan dengan sifat yang relevan.

- b) Evaluasi

Mencakup seberapa baik penilaian dai responden dalam menilai sesuatu hal.

- b. Norma Subyektif

Norma subyektif yang ada pada penelitian ini didasarkan kepada keyakinan normatif dan motivasi dari para responden di dalam menentukan minat untuk membeli sebuah prodak dari sepeda motor listrik. Norma subyektif yang diangkat ini akan didasarkan atas beberapa referen (orang yang dianggap dapat mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan).

- c. Minat

Merupakan suatu tingkat dari sebuah keinginan dan perhatian para responden terhadap perilaku akan suatu hal, pengukuran minat yang dibahas ini dapat didasarkan pada keyakinan sikap dan norma yang subyektif.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya adalah bertujuan untuk dapat mengetahui apakah ada faktor dari pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat beli untuk membeli sebuah produk sepeda motor listrik, dan juga untuk menentukan variabel apa yang di anggap paling berpengaruh terhadap minat dan keputusan didalam membeli produk sepeda motor listrik.

1.5 Kegunaan

Penelitian ini sebenarnya dapat berguna untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat dianggap bisa mempengaruhi faktor keputusan minat konsumen dalam menggunakan produk motor listrik, dan juga di dalam penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk memberikan suatu informasi tentang bagaimana pandangan masyarakat tentang produk motor listrik yang ada beredar saat ini, dan kemudian kita dapat melakukan mengevaluasi dan strategi pemasaran untuk membuat sistem yang sudah ada saat ini dan kemudian mengubah sistem yang sedang berjalan menjadi sebuah sistem yang lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini antara lain akan membahas mengenai apa saja latar belakang masalah dari masalah yang sedang dihadapi saat ini, menjelaskan perumusan masalah serta tujuan dan manfaat (kegunaan) dari penelitian yang dilakukan ini. Dimana pada bagian pendahuluan ini akan dibahas dan diketahui faktor apa saja yang menjadi permasalahan awal pada analisis pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat responden terhadap minat konsumen untuk membeli produk sepeda motor listrik.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini antarlain akan membahas seluruh dari landasan teori yang akan digunakan untuk mendasari pengerjaan untuk dilaksanakannya penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini dibahas mengenai apa saja metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini, yaitu diantaranya mengenai setiap alur dan proses apasaja yang dilakukan saat melakukan penelitian ini.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bagian ini seluruh data penelitian yang sudah dilakukan kemudian akan ditampilkan didalam baguan ini, hal ini antara lain merupakan data kuesioner untuk mendapatkan semua data yang dibutuhkan. Lalu kemudian data yang sudah terkumpul dan sudah dianggap cukup tersebut kemudian akan diolah agar didapatkan hasil atau output yang di harapkan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini merupakan bagian dari analisa dan pembahasan mengenai hasil pengolahan data yang telah terkumpul dan kemudian pada bagian ini juga membahas tentang apa saja yang harus di bahas di dalam penelitian ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini mencakup dari kesimpulan dan hasil dari seluruh penelitian yang telah dilakukan diantaranya yaitu mengenai analisa akhir secara keseluruhan, serta mencakup saran yang saya berikan yang bertujuan untuk pengembangan sistem penjualan produk yang beredar atau untuk penelitian selanjutnya.

