

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Alat transportasi seperti sepeda motor kini semakin dibutuhkan oleh masyarakat karena sepeda motor menjadi salah satu transportasi yang mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya di kabupaten sukabumi kini banyak masyarakat yang menggunakan transportasi sepeda motor, sepeda motor menjadi alternative yang mudah digunakan. Menggunakan sepeda motor menjadi pilihan yang efektif untuk memudahkan pengguna agar cepat sampai ke tempat tujuan dengan rentang waktu yang tidak lama (singkat) karena sepeda motor mampu melalui jalan yang mengalami hambatan seperti kemacetan serta mampu melalui jalan gang-gang kecil. Sepeda motor kini sangat banyak jenisnya dan merek baru yang bermunculan tentunya semakin banyak berbagai model dan juga keunggulan-keunggulan yang ditawarkan, perusahaan pun perlu menggunakan berbagai strategi dalam memasarkan produknya untuk menarik konsumen agar dapat memilih produknya dalam membeli. Dengan banyaknya berbagai merek sepeda motor dengan tipe yang berbeda-beda kini semakin banyak masyarakat yang menggunakan motor dengan jenis motor matic yang mudah dalam penggunaannya.

Dikalangan masyarakat pengguna sepeda motor kini semakin banyak digunakan oleh para wanita. Banyaknya aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh wanita kini membuat wanita membutuhkan alat transportasi yang sangat mudah untuk digunakan kemana saja. Bukan hanya memenuhi kebutuhan transportasi tapi

bagi wanita mempunyai sepeda motor menjadi sebuah tren atau gaya hidupnya, terutama dengan motor jenis matic banyak para wanita yang memilih menggunakan sepeda motor matic untuk membuktikan keberanian dan keterampilannya dalam mengendarai sepeda motor karena penggunaanya yang mudah dan praktis, serta tampilannya yang simple untuk digunakan para wanita. Kondisi ini dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan sepeda motor untuk memproduksi beberapa pilihan dan jenis motor matic yang cocok digunakan oleh wanita.

Semakin banyaknya produk-produk sepeda motor yang ditawarkan oleh perusahaan untuk menarik minat beli konsumen semakin sulit para konsumen untuk memilih produk yang ingin dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebelum konsumen memilih produk yang akan dibeli konsumen akan mencari informasi terlebih dahulu untuk mengetahui spesifikasi barangnya yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen yang didukung oleh sikap seseorang terhadap suatu produk tersebut. Banyak pertimbangan dalam memilih suatu produk seperti kualitas produk, selera masing-masing individu yang berbeda dan nama produk yang sudah banyak digunakan dikalangan masyarakat yang mampu mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih produk yang akan dipilihnya.

Pada dasarnya konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap suatu produk yang akan dipilihnya. Setiap konsumen selalu memperhatikan merek produk, kehandalan produk, pengetahuan terhadap produk, dan perasaan seseorang terhadap produk tersebut untuk meyakinkan dirinya terhadap produk yang akan dipilih. Memahami sikap masyarakat dengan mengetahui apa yang diinginkan dan

dibutuhkan oleh konsumen saat ini mampu membantu perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar yang lebih baik.

Sikap konsumen dalam memilih suatu produk menentukan suatu objek atau produk yang dilihat dapat berguna atau tidak dalam memiliki produk tersebut serta menunjukkan bahwa produk tersebut mempunyai manfaat yang sama atau tidak bagi konsumen. Sikap seseorang dalam memilih suatu produk mampu mempengaruhi oranglain untuk menunjukkan barang tersebut mempunyai keunggulan dan kelebihan yang mampu melengkapi kebutuhan yang kita inginkan, sehingga sikap konsumen dapat mengambil keputusan dalam memilih produk yang ingin dimiliki sesuai dengan kebutuhan. Sikap konsumen dalam memilih suatu produk yang diinginkan juga dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang.

Gaya hidup seseorang dalam memilih suatu produk mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda untuk memenuhi kebutuhan dalam kesehariannya, banyak keinginan dan persepsi tentang suatu barang yang berbeda pendapat. Gaya hidup yang menjadi kebiasaan dalam keseharian seseorang mempunyai perasaan atau keinginan yang beraneka macam tentunya juga keinginan yang berbeda. Gaya hidup seseorang tergantung dari sikap dan kebiasaan yang sering dilakukan oleh seseorang menghabiskan waktunya untuk melakukan kegiatan aktifitas yang rutin dijalani. Pengaruh gaya hidup yang berbeda dapat dilihat dari konsumsi konsumen dalam memilih suatu produknya. Prioritas utama yang sangat diutamakan dalam memilih produk yang penting digunakan yakni produk yang diminati konsumen mampu memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari, pada saat ini konsumen menginginkan produk yang mudah dan praktis dalam pemakaiannya. Keinginan

konsumen untuk memenuhi kebutuhannya ditentukan oleh sikap yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek atau produk tertentu yang dipilih untuk memenuhi gaya hidup konsumen itu sendiri.

PT. Tunas Dwipa Matra adalah perusahaan yang bergerak di dalam bidang penjualan sepeda motor merek Honda dengan Nomor Surat Izin Usaha (SIUP) 510.2.3.100047/DU/30.1/111.16.2/2/2017, Nomor Tanda Daftar Perusahaan (TDP) 102114502061 dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 01.239.424.3-405.001. Sejak berdirinya perusahaan PT.Tunas Dwipa Matra berkonsentrasi pada bidang usaha penjualan sepeda motor dan juga suku cadang untuk sepeda motor jenis Honda guna untuk memenuhi kebutuhan pemilik kendaraan sepeda motor jenis Honda. Honda menjual berbagai macam model tipe motor yang berbeda-beda diantaranya ada jenis tipe motor cub (bebek), tipe motor sport, dan tipe motor matic.

Berdasarkan peninjauan awal peneliti melakukan wawancara dengan para konsumen wanita yang telah melakukan pembelian pada PT.Tunas Dwipa Matra dari hasil wawancara yang peneliti simpulkan kecendrungan orang menggunakan sepeda motor matic kini semakin meningkat akan tetapi kenyataanya tidak terjadi pada sepeda motor matic Honda vario. Permasalahannya terjadi karena pengetahuan serta perasaan konsumen wanita yang kurang tertarik dengan sepeda motor Honda vario sehingga konsumen wanita mengambil tindakan untuk tidak memilih sepeda motor matic Honda vario. Hal tersebut didukung dengan adanya data perusahaan pada PT. Tunas Dwipa Matra yang mengalami penurunan penjualan, yang dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 1.1 Data penjualan konsumen wanita motor matic Vario
PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Kabupaten Sukabumi**

| Tahun | Penjualan Motor Vario |
|-------|-----------------------|
| 2015 | 195 |
| 2016 | 180 |
| 2017 | 154 |

Sumber : PT.Tunas Dwipa Matra,

Dapat dilihat dari tabel diatas terdapat jumlah penurunan penjualan yang terjadi pada sepeda motor matic Honda vario. Permasalahan tersebut diduga disebabkan karena minat konsumen wanita pada desain sepeda motor matic honda vario yang tidak sesuai dengan selera dan keinginan konsumen wanita, dimana wanita sebelum memilih untuk memiliki sepeda motor melihat desainnya terlebih dahulu yang sesuai dengan selera dan keinginannya serta opini konsumen wanita yang lebih cenderung menggunakan sepeda motor yang populer untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Dari permasalahan inilah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup terhadap Sikap Konsumen Wanita dalam Memilih Produk Matic Honda Vario”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat diidentifikasi terdapat permasalahan pada sikap konsumen yang kurang memilih produk matic Honda Vario khususnya pada pengguna sepeda motor wanita, permasalahan dapat terjadi karena gaya hidup konsumen wanita yang mempunyai karakteristik dan

keinginan yang berbeda dengan produk yang ditawarkan. Seperti pada desain motor matic vario yang tidak sesuai dengan selera dan keinginan konsumen wanita yang lebih memilih desain yang simple dan praktis serta opini konsumen yang cenderung menggunakan sepeda motor yang populer.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1.2.2.1 Bagaimana gaya hidup konsumen wanita dalam menggunakan produk matic Honda vario ?

1.2.2.2 Bagaimana sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario?

1.2.2.3 Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh, mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sehingga permasalahan yang dijabarkan diatas dapat digambarkan dengan jelas sebagai bahan siding ujian penelitian yang merupakan salah satu syarat mengikuti skripsi di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Sesuai dengan

perumusan masalah, maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1.3.1.1 Untuk mengetahui gaya hidup konsumen wanita dalam menggunakan produk matic Honda vario.

1,3,1,2 Untuk mengetahui sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario

1.3.1.3 Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari penelitian diatas, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan acuan sebagai bahan kajian yang lebih lanjut lagi untuk hal yang sama dengan lebih mendalam. Penelitian ini juga aplikasi dari ilmu-ilmu yang dipelajari selama peneliti mendapatkan keilmuan di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman serta manfaat terutama :

1.3.2.2.1 Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan serta pengaplikasian teori yang di peroleh peneliti selama perkuliahan juga memperluas wawasan dan pengetahuan ilmu manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen. Terutama mengenai gaya hidup terhadap sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario.

1.3.2.2.2 Bagi Perusahaan :

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait dan juga dapat memberikan masukan untuk menjadi bahan pertimbangan meningkatkan pangsa pasar dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh sikap konsumen wanita dalam memilih produk matic Honda vario dan semoga penelitian ini juga bisa menjadi sumber informasi yang positif untuk perusahaan di masa yang akan datang supaya menjadi lebih baik.

1.3.2.2.3 Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat memberikan manfaat serta memberikan informasi dan juga ilmu pengetahuan ilmu manajemen pemasaran perilaku konsumen khususnya dalam gaya hidup yang berpengaruh kepada sikap konsumen wanita dalam memilih suatu produk yang diinginkan.

1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil oleh peneliti adalah pengguna sepeda motor matic Honda vario wanita yang berada di kabupaten sukabumi. Adapun untuk perusahaan yang diambil sebagai contoh untuk perhitungan populasi dan sampel yaitu dilaksanakan di PT.Tunas Dwipa Matra Cabang Sukabumi Jl.Raya Sukaraja Km.5 Kel. Pasir Halang Kec. Sukaraja Kab. Sukabumi No Telp (0266) 6247350 .

1.4.2 Lamanya Penelitian

Jadwal yang dilakukan oleh peneliti kurang lebih enam bulan yaitu terhitung dari bulan Oktober-Juli 2018 dimana selama penelitian itu dilakukan banyak tahap-tahap yang harus dilakukan peneliti mulau dari tahap persiapan sampai dengan sidang pengujian. Namun sejauh ini masih penjajakan dan pengumpulan data.