

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi Nasional. Seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan transportasi pribadi, persaingan di sektor ini semakin ketat. Produsen sepeda motor dituntut untuk menghadirkan produk yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki harga yang kompetitif demi menarik minat konsumen. Perubahan tren, gaya hidup, dan kemudahan pembiayaan juga menjadi faktor pendorong meningkatnya permintaan terhadap kendaraan roda dua, khususnya di segmen skuter matik.

Di tengah kondisi persaingan yang semakin sengit, dua aspek yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk otomotif adalah harga dan kualitas produk. Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dapat menjadi daya tarik awal, sedangkan kualitas produk yang baik mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang. Namun, keputusan pembelian tidak selalu hanya dipengaruhi oleh dua faktor tersebut, melainkan juga oleh minat beli yang muncul akibat persepsi positif terhadap harga dan kualitas produk. Minat beli menjadi faktor psikologis yang berperan sebagai jembatan antara penilaian konsumen dan tindakan pembelian yang sebenarnya.

PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing sebagai salah satu produsen sepeda motor terkemuka di Indonesia, terus berinovasi dalam menghadirkan produk-produk unggulan. Salah satu model yang menjadi primadona di segmen skuter matik premium adalah Yamaha NMAX Series. Pada 2024, Yamaha

meluncurkan varian terbaru yaitu NMAX NEO dan NMAX Turbo dengan pembaruan desain, teknologi, serta fitur keselamatan yang lebih canggih. Kehadiran dua varian ini diharapkan dapat memperkuat posisi Yamaha di pasar sekaligus memenuhi selera konsumen yang semakin beragam.

Di Kota Padang, Yamaha Tjahaja TB Tabing sebagai dealer resmi memiliki peran penting dalam mendistribusikan produk NMAX Series kepada konsumen. Persaingan tidak hanya datang dari merek sepeda motor lain, tetapi juga dari dealer sesama merek Yamaha di wilayah Sumatera Barat. Dengan harga yang bervariasi serta kualitas produk yang terus ditingkatkan, penting untuk memahami sejauh mana kedua faktor tersebut memengaruhi minat beli dan pada akhirnya keputusan pembelian konsumen terhadap NMAX NEO dan NMAX Turbo.

Pelanggan menjalani suatu proses saat melakukan pembelian, dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan mereka dan berakhir dengan keputusan untuk membeli produk tertentu. Menurut Indasari, (2019) Pilihan antara dua atau lebih opsi disebut sebagai keputusan pembelian. Dengan kata lain, ketika seseorang membuat keputusan, mereka perlu memiliki opsi.

Sedangkan menurut Gunawan, (2022) Keputusan Pembelian adalah masalah mereka dan melakukan riset terhadap merek atau produk tertentu sebelum membuat keputusan pembelian. Pelanggan harus memilih antara dua atau lebih opsi saat melakukan pemilihan untuk mengidentifikasi masalah mereka dan melakukan riset produk. Secara nasional, konsumen dihadapkan pada banyak pilihan, membuat keputusan pembelian menjadi proses yang penuh pertimbangan. Di sisi lain, harga menjadi medan pertempuran utama antar merek, dimana sedikit

perbedaan harga dapat mengubah preferensi pasar. Tingginya persaingan juga meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk, menuntut produsen untuk terus memberikan fitur dan keandalan terbaik. Akibatnya, membentuk minat beli yang kuat sebelum konsumen beralih ke merek lain menjadi tantangan terbesar bagi setiap perusahaan. Untuk memahami skala persaingan ini, berikut adalah data pangsa pasar di tingkat nasional.

Tabel 1. 1
Data Penjualan dan Market Share Sepeda Motor
di Indonesia (Unit) Tahun 2021-2024

| Merek | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| HONDA | 3.928.788 | 5.221.470 | 5.389.112 | 5.450.230 |
| YAMAHA | 1.063.866 | 1.548.211 | 1.555.088 | 1.540.765 |
| SUZUKI | 78.882 | 81.191 | 75.508 | 71.000 |
| KAWASAKI | 67.622 | 70.637 | 72.892 | 69.543 |
| TVS | 1.873 | 1.176 | 950 | 890 |

Sumber : *Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (aisi.or.id) data olahan, 2025*

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat jelas bahwa produksi sepeda motor di Indonesia masih didominasi oleh merek Honda yang secara konsisten menguasai lebih dari 70% pangsa pasar dari tahun 2021 hingga 2024. Hal ini membuktikan Honda sebagai pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia. Yamaha menempati peringkat kedua dan menjadi pesaing utama dengan pangsa pasar yang stabil di atas 20%. Fenomena persaingan nasional ini kemudian mengerucut ke tingkat regional.

Menurut BPS-Sumbar-dalam angka provinsi Sumatra Barat merupakan salah satu pasar otomotif yang penting dengan 2.270.806 unit sepeda motor terdaftar pada tahun 2023. Sebagai pusat pasar utama, Kota Padang menampung

521.936 unit (23%) dari total tersebut, menjadikannya arena persaingan yang sangat relevan.

Untuk memahami distribusi dan potensi pasar di tingkat regional, Tabel 1.2 menyajikan perincian persentase jumlah sepeda motor di setiap kabupaten/kota terhadap total populasi sepeda motor di Provinsi Sumatra Barat pada tahun 2023.

Tabel 1. 2
Persentase Pengguna Sepeda Motor per Kabupaten/Kota
di Sumatra Barat Tahun 2023

| No | Kabupaten/Kota | Jumlah Unit | Persentase |
|--------------|-------------------------|------------------|-------------|
| 1 | Kota Padang | 521.936 | 23.0% |
| 2 | Kab. Agam | 201.871 | 8.9% |
| 3 | Kab. Pesisir Selatan | 181.353 | 8.0% |
| 4 | Kab. Pasaman Barat | 174.153 | 7.7% |
| 5 | Kab. Padang Pariaman | 161.489 | 7.1% |
| 6 | Kab. Solok | 146.846 | 6.5% |
| 7 | Kab. Lima Puluh Kota | 139.077 | 6.1% |
| 8 | Kab. Sijunjung | 104.785 | 4.6% |
| 9 | Kab. Tanah Datar | 103.264 | 4.5% |
| 10 | Kab. Pasaman | 97.951 | 4.3% |
| 11 | Kab. Dharmasraya | 97.126 | 4.3% |
| 12 | Kab. Solok Selatan | 74.475 | 3.3% |
| 13 | Kab. Payakumbuh | 57.804 | 2.5% |
| 14 | Kota Bukittinggi | 54.923 | 2.4% |
| 15 | Kota Pariaman | 39.228 | 1.7% |
| 16 | Kota Sawahlunto | 33.656 | 1.5% |
| 17 | Kota Solok | 31.514 | 1.4% |
| 18 | Kota Padang Panjang | 29.887 | 1.3% |
| 19 | Kab. Kepulauan Mentawai | 19.468 | 0.9% |
| Total | | 2.270.806 | 100% |

Sumber : BPS-Sumbar-dalam angka

Berdasarkan tabel di atas, terlihat jelas bahwa Kota Padang merupakan pasar sepeda motor terbesar di Sumatra Barat, dengan kontribusi mencapai 23.0% dari total sepeda motor di seluruh provinsi. Dominasi ini menunjukkan bahwa Kota Padang adalah pusat utama aktivitas ekonomi dan mobilitas. Lima daerah teratas, yaitu Kota Padang, Kabupaten Agam, Kabupaten Pesisir Selatan, Kabupaten Pasaman Barat, dan Kabupaten Padang Pariaman, secara kolektif menguasai 54.7% dari total pasar sepeda motor di Sumatra Barat. Konsentrasi pasar yang tinggi di beberapa wilayah kunci ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran yang terfokus untuk dapat bersaing secara efektif di tingkat regional.

Perkembangan sepeda motor di Indonesia, termasuk di Kota Padang, mengalami pergeseran signifikan sejak awal 2000-an. Pada periode tersebut, pasar sepeda motor masih didominasi oleh jenis bebek yang dianggap praktis dan terjangkau. Namun, sejak hadirnya Yamaha Nouvo pada tahun 2002 dan Yamaha Mio pada 2003, disusul Honda Vario pada 2006, tren penggunaan motor matik mulai berkembang. Masyarakat Padang mulai melirik motor matik karena kemudahan pengoperasian tanpa perpindahan gigi manual serta desain yang lebih modern. Pergeseran preferensi ini semakin nyata sekitar tahun 2010, di mana penjualan motor matik mulai melampaui motor bebek. Data pada tahun 2011 bahkan menunjukkan penjualan motor matik, khususnya Honda di Padang, telah mencapai ratusan unit per bulan, sementara motor bebek hanya sekitar 300 unit.

Perkembangan tersebut berlanjut hingga pertengahan 2010-an, ketika Yamaha meluncurkan Nmax pada tahun 2015 yang kemudian menjadi salah satu motor matik paling populer di Kota Padang. Kehadiran Nmax berhasil membuka segmen baru, yaitu skutik premium dengan kapasitas mesin 150 cc ke atas. Nmax

bukan hanya dipandang sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan status sosial, sehingga dengan cepat menguasai pasar. Di berbagai dealer Yamaha di Padang, Nmax sering menjadi varian yang paling diminati, bahkan mendorong lahirnya komunitas pengguna yang aktif melakukan touring maupun kegiatan sosial.

Saat ini, sepeda motor matik mendominasi pasar otomotif di Kota Padang sebagaimana terjadi di tingkat nasional, di mana skutik menyumbang lebih dari 90% penjualan motor baru. Dominasi tersebut tidak hanya terlihat dari data penjualan, tetapi juga tercermin dari aktivitas komunitas pengguna motor matik yang semakin aktif, seperti komunitas Yamaha Nmax dan Aerox, hingga komunitas Honda PCX dan ADV yang rutin menggelar kegiatan touring dan riding di kawasan perkotaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa motor matik, khususnya Yamaha Nmax, telah menjadi pilihan utama masyarakat Padang, tidak hanya sebagai sarana transportasi, tetapi juga sebagai gaya hidup dan identitas sosial. Dengan demikian, perkembangan sepeda motor matik di Kota Padang menjadi cerminan perubahan perilaku konsumen yang lebih mengutamakan kenyamanan, teknologi, serta citra produk dalam keputusan pembelian.

Harga adalah faktor utama perusahaan dalam penjualan. Kegagalan suatu perusahaan dalam bersaing seringkali disebabkan oleh penetapan harga yang tidak selaras dengan kondisi pasar. Oleh karena itu, riset yang komprehensif sangat diperlukan agar perusahaan dapat menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan. Bagi konsumen, harga merupakan tolok ukur utama untuk mengevaluasi manfaat yang mereka terima, baik dari sisi kualitas produk maupun pelayanan yang menyertainya.

Menurut Kotler & Armstrong, (2008) Harga didefinisikan sebagai jumlah total yang dibayarkan oleh konsumen untuk manfaat suatu produk atau jumlah uang yang dihabiskan untuk barang-barang. Sedangkan. Menurut Mardia et al., (2021) Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa, atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk manfaat atau penggunaan barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk produk agar dapat memperoleh keuntungan darinya.

Tabel 1. 3
Daftar Harga Sepeda Motor NMAX Series Neo & Turbo tahun 2025

| Type Kendaraan | Harga |
|---------------------------------|---------------|
| <i>Nmax Neo Version</i> | Rp 33.415.000 |
| <i>Nmax Neo S Version</i> | Rp 34.405.000 |
| <i>Nmax Turbo</i> | Rp 38.615.000 |
| <i>Nmax Turbo Tech</i> | Rp 44.115.000 |
| <i>Nmax Turbo Tech Ultimate</i> | Rp 46.095.000 |

Sumber : yamaha-motor.co.id, 2025

Pada tabel 1.3 terlihat bahwa Model Yamaha *Nmax Turbo Tech Ultimate* adalah motor Yamaha NMAX termahal yang tersedia di pasaran, dengan harga Rp 46.095.000. Model *Nmax Neo Version* adalah yang termurah, dengan harga Rp 33.415.000.

Fenomena yang terjadi pada dealer resmi Yamaha di Kota Padang menunjukkan bahwa meskipun harga jual motor Yamaha secara resmi relatif sama di seluruh dealer, konsumen tetap merasakan adanya perbedaan. Hal ini disebabkan oleh variasi strategi promosi, skema kredit, serta tambahan biaya administrasi yang diberlakukan masing-masing dealer. Sebagian dealer menawarkan program uang muka (DP) ringan, cicilan terjangkau, atau bonus

pembelian, sementara yang lain memberikan cashback maupun fasilitas tambahan seperti pengurusan dokumen yang lebih cepat. Selain itu, sebagian besar konsumen di Kota Padang lebih memilih pembelian secara kredit, sehingga faktor besaran DP dan cicilan bulanan seringkali lebih dominan dibandingkan harga on the road (OTR) yang seragam. Sensitivitas konsumen terhadap harga juga bervariasi, di mana konsumen di pusat kota cenderung lebih mementingkan fitur dan teknologi, sementara konsumen di daerah pinggiran lebih fokus pada keterjangkauan harga. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun harga motor Yamaha di Kota Padang seragam antar dealer, persepsi konsumen terhadap harga tetap berbeda-beda dan pada akhirnya memengaruhi minat beli serta keputusan pembelian mereka.

Didunia otomotif, harga seringkali dianggap cerminan dari kualitas produk dari suatu barang. Dalam pikiran konsumen dengan kualitas produk yang bagus tentu saja harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu barang tersebut tentu saja tidak murah terutama untuk sepeda motor yang merupakan salah satu barang yang mahal. Konsumen cenderung memilih performa dan daya tahan yang sangat baik. Menurut Kotler & Armstrong, (2001) Kemampuan suatu produk untuk menampilkan keunggulannya seperti keandalan, ketepatan, ketahanan, operasi yang lancar, kemudahan perbaikan, atau kualitas khusus lainnya dari produk secara keseluruhan dikenal sebagai kualitas produk. (Kawengian et al., 2022). Sehingga untuk menentukan kualitas suatu produk menurut Kotler and Armstrong (2001) yaitu manfaat, keandalan, akurasi, daya tahan, pengoperasian yang lancar atau keunikan produk sebagai pertimbangan sebagai kualitas produk.

Fenomena yang terjadi pada konsumen Yamaha di Kota Padang menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk Yamaha secara objektif sama karena berasal dari standar pabrikan, namun persepsi konsumen terhadap kualitas tersebut tetap beragam. Sebagian konsumen menilai Yamaha, khususnya tipe Nmax, unggul dari segi desain modern, teknologi canggih, dan performa mesin yang mumpuni. Namun di sisi lain, terdapat pula konsumen yang mengkritisi aspek tertentu, seperti efisiensi bahan bakar, kenyamanan posisi duduk, maupun harga yang relatif tinggi. Selain itu, adanya varian seperti Yamaha Nmax Neo dan Turbo menimbulkan perbandingan kualitas antar produk Yamaha itu sendiri. Konsumen juga menilai kualitas tidak hanya dari spesifikasi teknis, tetapi juga dari daya tahan, kemudahan perawatan, serta ketersediaan suku cadang yang disediakan dealer. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun kualitas produk Yamaha seragam secara standar, penilaian subjektif konsumen di Padang tetap berperan penting dalam memengaruhi minat beli serta keputusan pembelian mereka.

Minat beli adalah ketertarikan atau kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu. Minat beli berperan sebagai penghubung antara persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga dengan keputusan akhir pembelian. menurut Durianto, (2013), Keinginan untuk memiliki suatu produk dikenal sebagai minat pembelian. Ketika konsumen memiliki peran dalam menentukan kualitas suatu produk, mereka mungkin menjadi tertarik untuk melakukan pembelian (Difa, 2020). Dengan demikian, minat pembelian dapat didefinisikan sebagai pilihan akhir yang dibuat setelah mempertimbangkan apakah akan membeli suatu produk atau tidak.

Survei awal mengenai keputusan pembelian pemilik sepeda motor Yamaha NMAX Series, yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini, juga memberikan dukungan untuk studi ini:

Tabel 1. 4
Pra Survey Keputusan Pembelian Sepeda Motor NMAX
Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|--|---|-------|------|-------|------|-------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| Kemantapan Pada Sebuah Produk | | | | | | | |
| 1 | Saya merasa keputusan membeli produk ini adalah keputusan yang tepat? | 18 | 60 | 12 | 40 | 30 | 100 |
| Kebiasaan dalam Membeli Produk | | | | | | | |
| 2 | Saya terbiasa membeli produk ini dibandingkan produk lain sejenis. | 14 | 46,7 | 16 | 53,3 | 30 | 100 |
| Memberikan Rekomendasi kepada orang lain | | | | | | | |
| 3 | Saya merekomendasikan produk ini kepada orang lain. | 15 | 50 | 15 | 15 | 30 | 100 |
| Rata-rata | | 52,23 | | 47,77 | | 100 | |

Sumber : Pra Survei 2025

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, hasil survei awal mengenai keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX Series NEO dan Turbo menunjukkan bahwa, rata-rata, 52,23% dari 30 responden memilih “YA,” sementara 47,77% memilih “TIDAK.” Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden percaya bahwa pilihan mereka untuk membeli Yamaha NMAX NEO dan Turbo adalah pilihan yang tepat. Tabel 1. 5

Tabel 1. 5
Pra Survey Harga Sepeda Motor NMAX Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|---------------------------|--|-------|------|-------|------|-------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| Keputusan Penetapan Harga | | | | | | | |
| 1 | Harga produk ini sudah sesuai dengan manfaat yang saya terima | 18 | 60 | 12 | 40 | 30 | 100 |
| Elastisitas Harga | | | | | | | |
| 2 | Saya tetap membeli produk ini meskipun harganya naik. | 17 | 56,7 | 13 | 43,3 | 30 | 100 |
| Pertumbuhan Harga Pesaing | | | | | | | |
| 3 | Penurunan harga pada motor pesaing akan membuat saya berpikir ulang tentang harga yang ditawarkan. | 15 | 50 | 15 | 50 | 30 | 100 |
| Rata-rata | | 55,57 | | 44,43 | | 100 | |

Sumber : Pra Survei 2025

Berdasarkan tabel 1.5 diatas, hasil survei awal terhadap harga pada sepeda motor Yamaha NMAX Series NEO dan Turbo menunjukkan bahwa dari 30 responden, rata-rata yang menjawab “YA” sebesar 55,57% dan “TIDAK” sebesar 44,43%. Hal ini menunjukkan bahwa untuk masalah harga rata-rata responden menyukai harga Yamaha NMAX Series NEO dan Turbo.

Tabel 1. 6
Pra Survey Kualitas Produk Sepeda Motor NMAX Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|---|---|----|------|-------|------|-------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| Kinerja (<i>Performance</i>) | | | | | | | |
| 1 | Performa mesin sesuai dengan harapan saya | 16 | 53,3 | 14 | 46,7 | 30 | 100 |
| Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>) | | | | | | | |
| 2 | Fitur-fitur tambahan | 17 | 56,7 | 13 | 43,3 | 30 | 100 |

Tabel 1. 6 (Lanjutan)
Pra Survey Kualitas Produk Sepeda Motor NMAX
Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|--|---|--------------|------|--------------|------|------------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| | dan kualitas material yang digunakan sangat memuaskan | | | | | | |
| Kehandalan (<i>Reliability</i>) | | | | | | | |
| 3 | Saya merasa produk ini cukup handal untuk pemakaian rutin | 19 | 63,3 | 11 | 36,7 | 30 | 100 |
| Daya Tahan (<i>Durability</i>) | | | | | | | |
| 4 | Saya merasa produk ini cukup tahan lama dalam pemakaian sehari-hari | 13 | 43,3 | 17 | 56,7 | 30 | 100 |
| Rata-rata | | 54,15 | | 45,85 | | 100 | |

Sumber : Pra Survei 2025

Berdasarkan tabel 1.6 diatas, hasil survei awal terhadap kualitas produk pada sepeda motor Yamaha NMAX Series NEO dan Turbo menunjukkan bahwa dari 30 responden, rata-rata yang menjawab “YA” sebesar 54,15% dan “TIDAK” sebesar 45,85%. Hal Menunjukkan kepuasan terhadap kualitas produk pada Yamaha NMAX NEO dan Turbo.

Tabel 1. 7
Pra Survey Minat Beli Sepeda Motor NMAX Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|---------------------|---|----|------|-------|------|-------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| Minat Transaksional | | | | | | | |
| 1 | Saya siap melakukan pembelian produk ini jika tersedia. | 20 | 66,7 | 10 | 33,3 | 30 | 100 |
| Minat Referensial | | | | | | | |
| 2 | Saya lebih memilih produk ini | 19 | 63,3 | 11 | 36,7 | 30 | 100 |

Tabel 1. 7 (Lanjutan)
Pra Survey Minat Beli Sepeda Motor NMAX Series NEO dan Turbo

| No | Keterangan | Ya | | Tidak | | Total | |
|---------------------------|--|---------------|------|---------------|------|------------|-----|
| | | F | % | F | % | F | % |
| | daripada produk sejenis lainnya. | | | | | | |
| Minat Preferensial | | | | | | | |
| 3 | Saya ingin merekomendasikan produk ini kepada orang lain. | 18 | 60 | 12 | 40 | 30 | 100 |
| Minat Eksploratif | | | | | | | |
| 4 | Saya ingin mencari tahu lebih banyak informasi tentang produk ini. | 17 | 56,7 | 13 | 43,3 | 30 | 100 |
| Rata-rata | | 61,675 | | 38,325 | | 100 | |

Sumber : Pra Survei 2025

Berdasarkan Tabel 1.7 di atas, hasil survei awal mengenai keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX Series NEO dan Turbo menunjukkan bahwa, rata-rata, 61,675% dari 30 responden memilih “YA,” sementara 38,325% memilih “TIDAK.” Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minat konsumen yang cukup besar terhadap produk NMAX NEO dan Turbo.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai persaingan di tingkat dealer di Kota Padang, berikut adalah rekapitulasi total penjualan NMAX Series (NEO & TURBO) dari beberapa dealer utama selama periode Juli 2024 hingga Maret 2025. Data ini menunjukkan adanya variasi performa penjualan di antara dealer, yang mengindikasikan dinamika pasar yang berbeda di setiap lokasi.

Tabel 1. 8
Tabel Perbandingan Total Penjualan NMAX Series Antar Dealer
(Periode Juli 2024 - Maret 2025)

| Nama Dealer | Total Penjualan |
|----------------------------------|------------------------|
| Dealer Yamaha Sentral | 113 |
| Dealer Tjahaja Baru Pondok | 106 |
| Dealer Tjahaja Baru Bandar Buat | 102 |
| Dealer Tjahaja Baru Belimbing | 93 |
| Dealer Tjahaja Baru Lubuk Buaya | 93 |
| Dealer Tjahaja Baru Siteba | 90 |
| Dealer Tjahaja Baru Proklamasi | 86 |
| Dealer Tjahaja Baru Andalas | 81 |
| Dealer Yamaha Tjahaja Tb. Tabing | 76 |

Sumber : Yamaha Sentral Damar, 2025

Dari tabel 1.8 perbandingan di atas, terlihat bahwa Dealer Tjahaja Tb. Tabing memiliki angka penjualan NMAX Series terendah dibandingkan dengan dealer-dealer lain di Kota Padang pada periode yang sama. Perbedaan ini memperkuat justifikasi pemilihan Dealer Tabing sebagai studi kasus, karena adanya indikasi tantangan penjualan yang lebih signifikan di lokasi tersebut, sehingga menarik untuk diteliti lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumennya.

Berikut dibawah ini data penjualan dari dealer tabing mulai dari tahun 2021-2025 :

Tabel 1. 9
Data Penjualan NMAX Neo & Turbo Tabing
Kota Padang Tahun 2024-2025

| Bulan | Penjualan/Unit |
|--------------|-----------------------|
| Juli | 14 |
| Agustus | 5 |
| September | 8 |

Tabel 1. 9
Data Penjualan NMAX Neo & Turbo Tabing
Kota Padang Tahun 2024-2025

| Bulan | Penjualan/Unit |
|--------------|-----------------------|
| Oktober | 4 |
| November | 10 |
| Desember | 7 |
| Januari | 7 |
| Febuari | 7 |
| Maret | 14 |
| Total | 76 |

Sumber : Admin Yamaha Tjahaja Baru, 2025

Data pada Tabel 1.9 menunjukkan total penjualan untuk NMAX Series yang juga mengalami fluktuasi bulanan. Adanya bulan-bulan dengan penjualan yang rendah seperti pada bulan Agustus dan Oktober 2024 menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Fluktuasi ini menjadi inti masalah penelitian, dimana keputusan pembelian konsumen terhadap NMAX series diduga kuat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap harga dan kualitas produk, yang kemudian membentuk minat beli .

Temuan Prasetiawan dkk. (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan pembelian, mendukung temuan studi ini. Selain itu, studi ini menunjukkan bahwa minat pembelian secara efektif menjadi mediator dalam hubungan antara kualitas produk dan harga dalam hal keputusan untuk membeli. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara & Ngatno, (2021) pada konteks sepeda motor, dimana harga terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening.

Hipotesis bahwa minat pembelian berperan sebagai jembatan penting antara persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan harga dengan keputusan pembelian akhir terus didukung oleh kedua studi tersebut. Penulis tertarik untuk melakukan studi dengan judul tersebut karena deskripsi masalah dan bukti yang meyakinkan dari studi-studi sebelumnya. **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Kasus : Sepeda Motor NMAX Series NEO Dan Turbo Pada Yamaha Tjahaja Tb. Tabing)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?
5. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?
6. Bagaimana minat beli memediasi pengaruh antara harga dan keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?

7. Bagaimana minat beli memediasi pengaruh antara kualitas produk dan keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Neo & Turbo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli Yamaha NMAX Series Turbo.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Yamaha NMAX Series Turbo.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Turbo.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Turbo.
5. Mengetahui pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Turbo.
6. Mengetahui peran mediasi minat beli dalam hubungan antara harga dan keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Turbo.
7. Mengetahui peran mediasi minat beli dalam hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian Yamaha NMAX Series Turbo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis: Memberikan kontribusi pengetahuan terkait pemasaran dan perilaku konsumen, terutama dalam hal analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel mediasi.

2. Manfaat Praktis: Memberikan informasi yang berguna bagi Yamaha Tjahaja TB Tabing dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan Yamaha NMAX Series Turbo.
3. Manfaat Teoritis: Menjadi referensi tambahan bagi peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik serupa.