

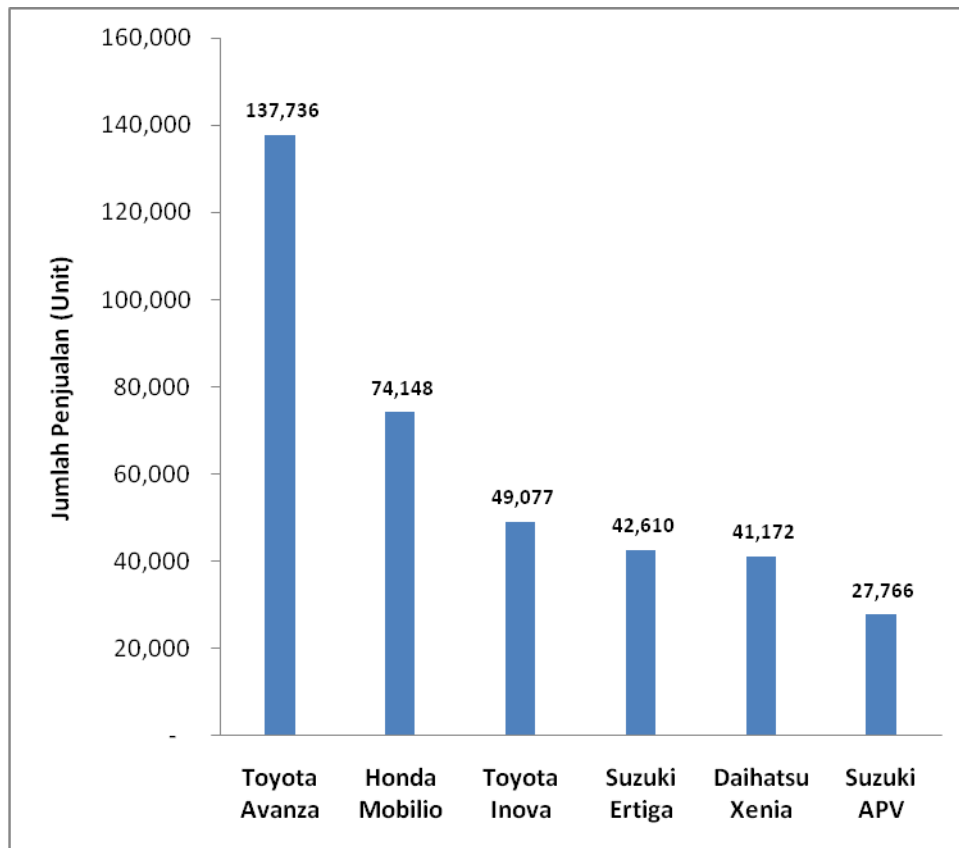
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Tingginya keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan merupakan harapan dari setiap perusahaan, namun harapan perusahaan seringkali tidak sejalan dengan keadaan yang terjadi dilapangan. Konsumen memiliki banyak pertimbangan karena masih ragu terhadap produk khususnya produk mobil. Konsumen benar-benar selektif dalam menentukan pilihannya, mengingat banyaknya mobil dengan berbagai merek beredar di pasaran.

Perkembangan industri kendaraan saat ini cukup pesat, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya *dealer* mobil dengan berbagai varian hadir di banyak daerah di Indonesia. Salah satu varian mobil yang paling banyak terjual di Indonesia adalah katagori MPV (*Multi Purpose Vehicle*). Secara keseluruhan, kendaraan jenis MPV (*Multi Purpose Vehicle*) menguasai hampir 60% pangsa pasar otomatis nasional. Hal ini tidak terlepas dari persepsi harga jenis mobil keluarga ini yang relative dapat terjangkau untuk kalangan menengah di Indonesai. Banyak sekali merek kendaraan katagori MPV yang ditawarkan di pasaran, namun demikian merek dari Toyota dan Honda masih menjadi merek yang paling banyak dibeli oleh konsumen. Gambar 1.1 dibawah ini menunjukkan volume penjualan mobil katagori MPV di Indonesia tahun 2015.



Sumber : <http://www.Marketing/2016>

**Gambar 1.1**  
**Volume Penjualan Mobil MPV di Indonesia**  
**Tahun 2015**

Gambar 1.1. menunjukkan dari jenis mobil dari berbagai merek untuk katagori mobil MPV, tingkat penjualan Toyota masih menempati peringkat pertama disusul Honda. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen juga tertarik untuk melakukan pembelian merek lain selain Toyota dan Honda. Salah satu merek mobil katagoro MPV yang cukup tinggi peminatnya adalah Suzuki Ertiga yang menempati urrutan ke empat dalam penjualan mobil nasional. Capaian penjualan

Suzuki Ertiga tersebut tentunya tidak terlepas dari kinerja *main dealer* Suzuki yang tersebar laus di seluruh wilayah Indonesia tak terkecuali Kota Bandung.

Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung merupakan dealer resmi Suzuki di Kota Bandung yang menghadirkan berbagai kemudahan dalam setiap kegiatan transportasi. Dealer Suzuki Setiabudhi menyediakan pilihan mobil-mobil terbaik milik Suzuki, dengan informasi terdepan dan pelayanan maksimal terhadap pelanggan. Fasilitas pelayanan yang mudah bagi setiap golongan, yaitu dengan memberikan fasilitas kredit yang mudah, *down payment* ringan, menarik dan terjangkau. Dealer Suzuki Setiabudhi juga menyediakan layanan *after sales* terpadu yang dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan mempercayakan pembelian mobil Suzuki di Dealer Suzuki Setiabudhi.

Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung mendapatkan penghargaan sebagai salah satu dealer terlaris di area penjualan Kota Bandung tahun 2015. Ini tidak lepas dari peningkatan kualitas produk Suzuki yang dibarengi dengan layanan servis dan purna jual memadai. Produk Suzuki memiliki varian yang banyak dan didalam Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung menjual beberapa varian Suzuki dan salah satunya Suzuki Ertiga yang mengalami penurunan, hal itu di sebabkan karena adanya kualitas produk Suzuki yang tidak sesuai dalam melakukan promosi kepada masyarakat seperti yang sedang dialami oleh Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung saat ini dimana penjualan Suzuki Ertiga satu tahun terakhir menunjukkan hasil penjualan yang masih jauh dibawah harapan seperti tampak pada Tabel 1.1 berikut :

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Mobil di Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung**  
**Januari-Desember 2015 (dalam Unit)**

Bulan	Type Suzuki Ertiga					Jumlah
	Ertiga Airbag	Ertiga Gl airbag m/t	Ertiga Gx airbag m/t	Ertiga Gx elegant plus m/t	Ertiga Gl sporty m/t	
Januari	31	11	8	5	10	65
Februari	34	10	6	6	11	67
Maret	29	11	7	8	9	64
April	27	12	9	6	12	66
Mei	27	9	7	7	8	58
Juni	24	10	7	5	11	57
Juli	26	8	6	8	6	54
Agustus	23	9	9	6	9	56
September	19	11	10	7	4	51
Oktober	16	8	9	7	8	48
November	13	4	10	9	6	42
Desember	10	4	7	8	5	34

Sumber : Dealer Suzuki Setiabudhi

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dilihat dari data penjualan mobil merek Ertiga di dealer Suzuki Setiabudhi Bandung mengalami fluktuasi untuk setiap typenya. Penjualan mobil di dealer Suzuki Setiabudhi Bandung yang mengalami penurunan sejak September-Desember 2015, type Suzuki Ertiga yang paling tinggi tingkat penurunan adalah type Ertiga airbag dibandingkan dengan type Suzuki Ertiga yang lain. Padahal type Ertiga airbag ini pada awal tahun 2015 tingkat penjualannya mencapai 31 unit dan merupakan yang terlaris di dealer Suzuki Setiabudhi Bandung. Secara keseluruhan volume penjualan Suzuki Ertiga mengalami penurunan dalam tahun 2015 dari 65 unit menjadi 34 unit di akhir Desember 2015.

Konsumen pada umumnya sebelum menentukan produk mana yang akan dibeli biasanya akan membandingkan produk yang satu dengan produk lain yang sejenis. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada

dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif dan keputusan pembelian konsumen itu sendiri banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berkaitan dengan hal tersebut penulis melakukan pra survey pada 10 konsumen yang melakukan pembelian mobil Suzuki Ertiga dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra Survey Bauran Pemasaran Pada Suzuki Ertiga**

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Kurang Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>
Kualitas produk Suzuki Ertiga lebih baik dibandingkan pesaing	0	2	6	2	0
Harga mobil Suzuki Ertiga sesuai dengan kualitas produknya	1	3	5	1	0
Promosi harga dalam bentuk <i>cash back</i> sangat menarik bagi konsumen	1	4	4	1	0
Lokasi dealer Suzuki Ertiga berada di tempat strategis dan mudah dijangkau	1	1	5	3	0
<b>Jumlah Responden = 10 orang</b>					

Sumber : Hasil Pra Survey, 2016

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa unsur bauran pemasaran produk dan harga mendapatkan penilaian kurang setuju yang lebih banyak dibandingkan unsur promosi dan lokasi. Kondisi ini dapat menjadi indikasi bahwa produk dan harga mobil Suzuki Ertiga merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan promosi dan harga dalam menentukan rendahnya keputusan pembelian konsumen pada mobil Suzuki Ertiga.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Sabran (2012: 272), kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam

membeli suatu produk. Berkaitan dengan kualitas produk Suzuki Ertiga masih muncul persepsi konsumen bahwa kualitas Suzuki Ertiga masih kalah dibandingkan pesaing utamanya seperti Avanza dari Toyota. Misalnya dalam hal kualitas mesin Suzuki Ertiga memiliki kualitas mesin dengan kapasitas sebesar 1400cc atau setara dengan 1.4 L dengan energi yang dihasilkan sebesar 95 ps/6000 rpm dengan torsi 130 nm/400 rpm sementara Toyota Avanza memiliki dua pilihan mesin yaitu dengan kapasitas 1.3L (tenaga 92 ps/6000rpm) atau 1.5 L (tenaga 104 ps/600 rpm).

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Suatu produk akan lebih mudah diterima konsumen ketika harga produk tersebut bisa dijangkau oleh konsumen. Dilihat dari faktor harga, banyak perusahaan mobil menetapkan beberapa strateginya, mulai dari kredit hingga beberapa tahun atau bahkan dengan *cash back*. Hal tersebut dilakukan agar mampu menjaring konsumen lebih banyak lagi. Berkaitan dengan harga produk Suzuki Ertiga dimulai dari harga Rp.150 juta dan type tertingginya seharga Rp.207 juta sementara Toyota Avanza dimulai dengan harga Rp. 167 juta sampai dengan Rp.215 juta. Kondisi ini dapat menjadi gambaran bahwa harga Suzuki Ertiga batasan terendah dan batasan harga tertinggi masih lebih rendah dari Toyota Avanza, namun untuk type tertentu harganya masih lebih mahal dibandingkan dengan Toyota Avanza, misalnya Suzuki Ertiga type G adalah

Rp.196.000.000 sedangkan Toyota Avanza yang hampir sama spesifikasinya dijual dengan harga Rp.187.100.000 per unit.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis perlu untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di Dealer Setiabudhi Bandung”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya proses keputusan pembelian Suzuki Ertiga di Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang terjadi pada mobil Suzuki Ertiga, yaitu :

1. Penjualan mobil Suzuki type keluarga di Kota Bandung masih rendah
2. Penjualan mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung mengalami penurunan
3. Kualitas produk mobil Suzuki Ertiga masih kalah dibandingkan mobil lain yang sejenis
4. Harga mobil Suzuki Ertiga yang lebih mahal

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka penulis mengidentifikasi pokok pembahasan pada masalah :

1. Bagaimana kualitas produk mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
2. Bagaimana tingkat harga mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
3. Bagaimana keputusan konsumen pada mobil Suzuki Ertiga di Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Kualitas produk mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
2. Tingkat harga mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
3. Keputusan konsumen pada mobil Suzuki Ertiga di Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang akan digunakan di peroleh dari hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut :

### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

#### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya menjaga kualitas produk dan harga yang kompetitif agar keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan

#### 2. Bagi Penulis

- a) Peneliti dapat mengetahui kualitas produk dan harga mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
- b) Peneliti dapat mengetahui turunnya penjualan mobil Suzuki Ertiga pada Dealer Suzuki Setiabudhi Bandung
- c) Peneliti dapat mengetahui fluktuasinya penjualan mobil Suzuki Ertiga di wilayah pemasaran Kota Bandung
- d) Sebagai bekal bagi penulis untuk menjadi karyawan yang profesional

### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

#### 1. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat member referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen

## 2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain kualitas produk dan harga.