

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi yang maju, bidang transportasi mobil merupakan salah satu alat transportasi yang dibutuhkan masyarakat luas. Keanekaragaman bentuk mobil yang tersedia saat ini membuat konsumen memiliki pilihan yang sangat luas. Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan diantara perusahaan mobil untuk dapat menarik konsumen agar mau menggunakan produknya. Ini terlihat dari semakin banyaknya jenis dan merek kendaraan roda empat di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Faktor yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai dan manfaat yang akan didapat dari produk tersebut. Kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing (Kotler dan Keller, 2008:354).

Perusahaan-perusahaan otomotif saling berlomba-lomba untuk menghasilkan mobil yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya. Harga merupakan hal penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Tingkat harga yang ditetapkan perusahaan juga berperan penting bagi konsumen dalam menentukan

keputusan pembeliannya, karena dalam keputusan pembeliannya, konsumen mengharapkan kualitas dan performa sesuatu produk atau jasa, harga dan biaya yang tidak terlalu mahal dalam artian sepadan dengan kualitas produk dan keuntungan sosial sebagai hasil dari pembelian tersebut (Hadi, 2007:156).

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. Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:159) pengambilan keputusan pembelian disertai dengan serangkaian langkah tertentu, seperti pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih, dan evaluasi pascaperolehan. Sehingga konsumen menginginkan suatu produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Produk mobil sekarang ini beragam model dan merek yang berbeda-beda mulai dari Mitsubishi, Suzuki, Toyota, Honda, Isuzu dan Daihatsu.

Mitsubishi berdiri tahun 1970 sebagai salah satu perusahaan otomotif besar asal Jepang dan mempunyai banyak cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor telah menyadari beratnya persaingan di Industri ini. PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor mempergunakan peluang bisnis ini dengan menawarkan produk yang beragam dan bervariasi. PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor merupakan sebuah usaha penyedia mobil bermerek "Mitsubishi".

PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Mitsubishi menawarkan berbagai macam varian produk mobil yang dibuat dan didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk membedakan dengan produk pesaing dan demi mendapatkan nilai lebih dimata konsumen. Mitsubishi juga selalu memberikan inovasi-inovasi baru pada setiap produknya, misalnya mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup.

PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor memandang penetapan harga yang tepat, kualitas produk yang lebih unggul dibanding pesaing serta pemasaran produklah yang menjadi kunci utama suksesnya penjualan produk, dengan cara mendistribusikan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Berikut disajikan harga dan spesifikasi produk mobil Mitsubishi Pickup seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Harga dan Spesifikasi Mobil Mitsubishi Pickup

Harga & Spesifikasi	Colt T120SS	Colt L300
Harga	Rp.125.200.000	Rp.185.200.000
Panjang (mm)	3.720	4.170
Lebar (mm)	1.560	1.700
Tinggi (mm)	1.825	1.845
Berat kendaraan (kg)	790	1.090
Mesin	4G15A	4D56
Isi silinder	1.468	2.477
Daya maksimum	86.6PS/5.750rpm	74PS/4200rpm
Torsi maksimum	12.3kgm/3.750rpm	15kgm/2.500rpm
Bahan bakar	Bensin	Diesel (solar)

Sumber: PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor, 2016

Berdasarkan tabel di atas, tampak bahwa perbedaan harga dan spesifikasi produk dari kedua tipe mobil Mitsubishi pickup sangatlah berbeda jauh. Masing-masing spesifikasi kendaraan ini merupakan yang terbaik yang dipersembahkan untuk masyarakat khususnya di Gorontalo. Mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup adalah mobil pickup terbaru yang memiliki karakter body tidak terlalu besar, tenaga cukup baik, dan harga mobil yang cukup murah. Meskipun untuk ukuran dimensi mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup secara keseluruhan lebih kecil, tetapi kenyataannya mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup ini lebih banyak laku di pasaran. Berikut adalah tabel data penjualan mobil Mitsubishi pickup tahun 2015.

Tabel 1.2
Data Penjualan Mobil Mitsubishi Pickup tahun 2016

No.	Colt T120SS		Colt L300	
	Bulan	Unit	Bulan	Unit
1	Januari	28	Januari	6
2	Februari	29	Februari	6
3	Maret	30	Maret	7
4	April	30	April	6
5	Mei	30	Mei	7
6	Juni	30	Juni	7
7	Juli	29	Juli	7
8	Agustus	30	Agustus	7
9	September	30	September	6
10	Oktober	30	Oktober	7
11	November	29	November	6
12	Desember	27	Desember	5
	Total	352 unit	Total	77 unit

Sumber: PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor, 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata penjualan mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup yaitu 30 unit perbulan, sedangkan penjualan mobil Mitsubishi Colt L300 Pickup hanya berkisaran 7 unit

perbulannya pada tahun 2015. Penjualan ini memang sudah dapat dipredisikan oleh PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor, karena dalam peluncurannya mobil jenis Colt T120SS ini sudah memiliki cukup peminat. Sedangkan pada tahun 2016 disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3
Data Penjualan Mobil Mitsubishi Pickup tahun 2016

No.	Colt T120SS		Colt L300	
	Bulan	Unit	Bulan	Unit
1	Januari	22	Januari	5
2	Februari	23	Februari	5
3	Maret	23	Maret	6

Sumber: PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor, 2016

Dari tabel penjualan di atas dapat dilihat bahwa rata-rata penjualan mobil menurun. Pada Mitsubishi Colt T120SS Pickup yaitu 23 unit perbulan, sedangkan penjualan mobil Mitsubishi Colt L300 Pickup hanya berkisaran 5 unit perbulannya pada tahun 2016. Hal ini dikarenakan keputusan pembelian semakin menurun dikarenakan Mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup memiliki karakter body tidak terlalu besar sehingga muatan yang banyak tidak muat dalam bak mobil. *After sales* dan tempat service yang ada di seluruh wilayah nusantara, namun sparepart mobil Mitsubishi Colt T120SS pickup ini cukup mahal.

Hal ini menunjukkan bahwa penjualan yang menurun merupakan dampak menurunnya keputusan pembelian, jelas terlihat pada semakin kurang pada pelaku usaha menggunakan mobil Mitsubishi Colt T120SS pickup, disisi lain dampaknya juga sebagai bahan informasi pada pembelian baru oleh calon konsumen. Konsumen kesulitan dalam

melakukan pilihan produk, baik kualitas yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, sehingga hal ini menjadi kurang menarik dan tidak meyakinkan konsumen dalam pembelian produk. Kurangnya informasi tentang Mobil Pickup Mitsubishi Colt T120SS sehingga konsumen lebih memilih produk yang informasinya lebih jelas.

Menurunnya konsumen yang membeli mobil tipe ini, karena dilihat dari data penjualan tahun 2016 mobil ini sedikit yang terjual, konsumen menyadari setelah menggunakan mobil ini ternyata harga jual kembalinya yang lebih rendah. Berdasarkan keadaan ini tentunya mempengaruhi keputusan pembelian dikarenakan umumnya jenis mobil Mitsubishi Colt T120SS pickup digunakan untuk keperluan usaha konsumen, yaitu usaha jasa angkutan barang, usaha pertanian untuk memuat hasil pertanian dan usaha jasa angkutan pasir dan material bangunan.

Menurut Zeithaml dan Shapiro (2012:20) Perusahaan yang ingin menarik konsumen untuk melakukan keputusan, sebenarnya juga harus memperhatikan masalah kualitas dan harga. Karena konsumen sebenarnya juga memperhatikan berbagai informasi mengenai perusahaan dan bagaimana pengalamannya atas penjualan produk tersebut. Paradigma peneliti bahwa kualitas keputusan seiring dengan waktu dipengaruhi oleh unsur yang tidak tetap dan berubah, sebelumnya hanya dipengaruhi oleh harga akan tetapi sampai dengan saat ini yang dipengaruhi oleh kualitas. Faktor yang mempengaruhi kualitas adalah cara pandang pelaku bisnis terhadap sebuah produk dan layanan

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik meneliti tentang kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari uraian latar belakang masalah tersebut menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup Pada PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Mobil Mitsubishi Colt T120SS Pickup memiliki karakter body tidak terlalu besar.
2. After sales dan tempat service yang ada di seluruh wilayah nusantara, namun sparepart mobil Mitsubishi Colt T120SS pickup ini cukup mahal.
3. Masih cukup banyak konsumen yang membeli mobil tipe ini, karena dilihat dari data penjualan tahun 2015 mobil ini banyak yang terjual, namun konsumen baru menyadari setelah menggunakan mobil ini ternyata harga jual kembalinya yang lebih rendah.

1.3 Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ?

3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ?

1.4 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Sebagai bahan tambahan referensi khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga serta keputusan pembelian dan sebagai salah satu syarat menempuh Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Gorontalo.

2. Praktis

- a. Bagi Perusahaan. Manfaat yang bisa diambil oleh PT. Sinar Gorontalo Berlian Motor cabang Gorontalo adalah sebagai masukan dan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

- b. Bagi konsumen. Menjadi bahan referensi dalam pemilihan produk Mobil Mitsubishi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pembelian.