

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada saat ini begitu pesatnya, sehingga menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Untuk itu berbagai usaha dilakukan perusahaan agar dapat bertahan di tengah-tengah persaingan tersebut. Dengan demikian perusahaan setiap perusahaan akan selalu berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar yang potensial untuk memenangkan persaingan tersebut. Perkembangan pemasaran dewasa ini dapat dikategorikan berada dalam persaingan yang saling menekan antara perusahaan yang satu dengan lainnya, terlebih lagi bagi perusahaan mempunyai strategi pemasaran yang digunakan ialah dengan bauran pemasaran atau yang biasa disebut dengan *marketing mix*, banyak perusahaan yang menggunakan strategi ini dengan sebaik mungkin, perusahaan mempertimbangkan lebih dari sekedar dalam keputusan strategi bauran pemasaran yang digunakan, untuk perusahaan yang dimaksudkan posisi menjadi lebih baik. sehingga perusahaan akan lebih maju lagi dalam kegiatan perusahaan yang dijalankannya.

Dalam kondisi seperti ini terlebih dahulu kita harus mengetahui perilaku dari konsumen yang berbeda-beda, konsumen bersifat cermat, efisien dan efektif, perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana

pembuat keputusan (decision unit), baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (schiffman dan kanuk 2000). Oleh karena itu perusahaan perlu ada penanganan yang berbeda serta memberikan kinerja yang seoptimal mungkin sehingga konsumen akan membuat keputusan pembelian dan perusahaan akan tetap bertahan.

Menurut Kotler (2005:227) keputusan pembelian adalah para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan, konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan: merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Dalam tindakan pengambilan keputusan bahwa banyak factor yang mempengaruhi untuk memutuskan dalam membeli suatu barang. Bauran pemasaran diantaranya ialah produk, harga, promosi dan tempat dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak keputusan pembelian.

Mengambil atau bertindak dalam keputusan pembelian sangat berpengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian oleh konsumen mempengaruhi pada perusahaan untuk kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan, jika perusahaan tidak peka apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia-sia.

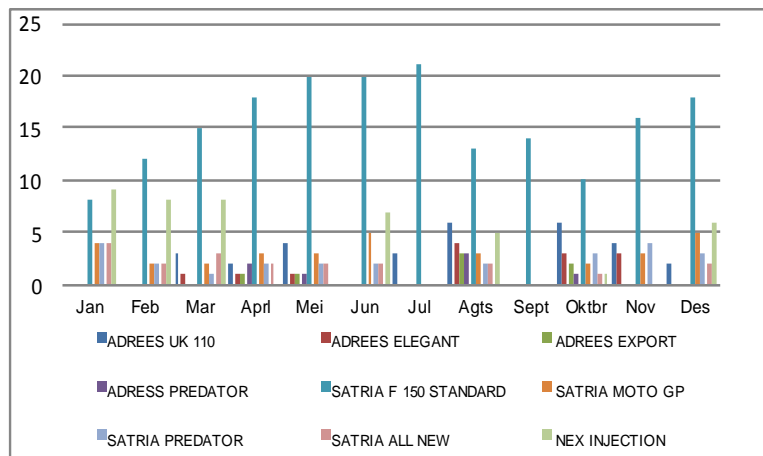
Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, maka PT. SINAR GALESONG MANDIRI GORONTALO mempergunakan peluang bisnis ini dengan menawarkan produk yang beragam dan bervariasi. PT. SINAR GALESONG MANDIRI Gorontalo merupakan sebuah usaha penyediaan kebutuhan sepeda motor yang bermerek "SUZUKI". Sepeda motor suzuki selalu berusaha untuk menciptakan produk yang berkualitas tinggi, daya tahan lama mesin dengan tujuan agar para konsumen sepeda motor suzuki selalu merasa puas. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh produk motor suzuki yaitu memiliki daya tahan lama, lebih irit dari competitor lain, serta motor suzuki selalu menciptakan pelayanan yang menyediakan perawatan dan jasa perbaikan sepeda motor suzuki.

Secara umum produk motor Suzuki di PT. Galesong Mandiri Gorontalo memiliki banyak jenis diantaranya motor Suzuki merek Adrees Uk 110, Adrees Elegant, Adrees Export, Adrees Predator, Satria F 150 Standard, Satria Moto Gp, Satria Predator, Satria All New, Nex Injection Semakin meningkatnya persaingan antara perusahaan otomotif di daerah Gorontalo yang menawarkan berbagai macam produk inovatif. Semakin meningkatnya persaingan bisnis perusahaan *dealer* motor yang ada di Gorontalo. PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo sebagai salah satu *dealer* motor Suzuki yg ada di Gorontalo, menghadapi tantangan yang serius dari para pesaingnya yaitu Honda, Yamaha dan lain sebagainya.

PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo sudah lama berdiri bukan merupakan jaminan mendapatkan penjualan yang baik hal ini karena persaingan yang semakin tinggi yang ditunjukkan dengan munculnya berbagai merek motor salah satunya Suzuki Satria Fu 150 dan merek motor lainnya sehingga laba yang diperoleh oleh PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo mengalami pasang surut setiap bulannya.

Berikut adalah grafik data penjualan sepeda motor di PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo periode tahun 2016.

Gambar : 1. 1 Grafik Penjualan Motor SUZUKI Tahun 2016



Sumber : PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo Tahun 2016

Data diatas menunjukkan bahwa pada fenomena yang yang terjadi pada PT. Sinar Galesong Mandiri Gorontalo bahwa penjualan motor Suzuki selama periode tahun 2016 yakni mengalami pasang surut pada tiap bulannya. Hal ini menjadi perhatian penulis untuk mengangkat masalah pada perusahaan PT. Sinar Galesong Mandiri, dengan fenomena yang terjadi bahwa ekonomi global yang masih bergerak lambat ditambah beragam

dinamika internasional yang berimbas keperekonomian investasi dalam negeri yang menurun dan banyak sector bahkan berhenti, kemudian nilai ekspor komoditi dalam negeri menurun dikarenakan sejumlah komoditas menurun. Selain itu dilihat dari fenomena pada perusahaan PT. Sinar Galesong Mandiri dihubungkan dengan bauran pemasaran ialah produk atau motor Suzuki hanya 9 jenis motor saja yang ditawarkan selama periode tahun 2016, akan tetapi keunggulan dalam penjualan motor Suzuki yakni hanya jenis motor Suzuki Satria FU yang paling banyak diminati karena, produk motor Suzuki yang bermerek Satria F 150 desain dan fitur yang dimiliki banyak diminati oleh konsumen, kemudian penetapan harga yang berubah-ubah pada periode tahun 2016.

**Tabel : Harga Motor Suzuki Periode Tahun 2016**

**PT. Sinar Galesong Mandiri.**

<b>Motor Suzuki</b>	<b>Harga Januari 2016</b>	<b>Harga Juli 2016</b>
ADREES UK 110	Rp. 15.970.000	Rp Rp. 15.970.000
ADREES ELEGANT	Rp. 16.395.000	Rp. 16.845.000
ADREES ELEGANT EXPORT	Rp. 17.170.000	Rp. 17.170.000
NEX INJECTION	Rp. 15.185.000	Rp. 15.185.000
SATRIA F 150 STANDARD	Rp. 21.490.000	Rp. 21.790.000
SATRIA MOTO GP	Rp. 21.890.000	Rp. 23.450.000
SATRIA PREDATOR	Rp. 22.300.000	Rp. 23.600.000
SATRIA ALL NEW	Rp.23.150.000	Rp. 23.450.000
NEX INJECTION	Rp.15.185.000	Rp. Rp.15.185.000

Harga dari 9 jenis motor ini penetapan harga yang diberikan oleh perusahaan yakni hanya keempat motor Suzuki merek Satria FU yang berubah dikarenakan bahwa motor Satria FU paling banyak diminati dilihat

dari grafik penjualan periode tahun 2016, selain itu pengaruh harga yang berubah ubah dikarenakan bahwa pemerintah memberikan kenaikan pajak, pengurusan surat- surat kendaraan hal ini berdampak pada penetapan harga yang diberikan oleh PT.Sinar Galesong Mandiri karena sangat mempengaruhi terhadap keputusan dalam pembelian. Kemudian sales promosi yang telah dilakukan pihak PT. Galesong dimana pencapaian dilakukan tidak sesuai dengan target yang diinginkan oleh PT. Galesong hal ini disebabkan kurang kinerja dari sales dikarenakan pelaksanaan kegiatan mempromosikan kurang tepat dengan konsumen yang ingin membeli motor Suzuki, Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SUZUKI PT. SINAR GALESONG MANDIRI GORONTALO”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya minat dari konsumen terhadap produk motor Suzuki yang ditawarkan PT.Sinar Galesong Mandiri.
2. Kurangnya keefektifan sales promosi yang dilakukan dalam penanganan produk motor Suzuki yang ditawarkan.
3. Penetapan harga motor Suzuki yang berubah-ubah.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Suzuki Pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo?

### **1.4 Batasan Masalah**

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terjadi karena adanya pengaruh dari konsumen sendiri ( faktor internal ) dan dari luar konsumen ( faktor eksternal ). Pengaruh faktor eksternal terdiri dari pengaruh lingkungan dan pemasaran. Pengaruh Pemasaran terdiri dari Produk, Harga, Promosi, dan Tempat, yang disebut dengan bauran pemasaran.

Oleh karena luasnya aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut, maka penelitian ini hanya dibatasi pada faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang berupa variabel Bauran Pemasaran .

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Suzuki Pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
  - a) Sebagai masukan terhadap jurusan manajemen dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.
  - b) Penelitian ini sebagai pengalaman dan latihan yang bermanfaat dalam pengembangan sikap ilmiah.
2. Manfaat Praktis
  - a) Sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dibidang manajemen.
  - b) Untuk pembaca yaitu sebagai wadah untuk menambah wawasan dalam bidang pemasaran khususnya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo.