

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi terbuka semakin menuntut manusia untuk lebih jeli dalam memilih dan menetapkan kebutuhan hidupnya. Hal ini dikarenakan pada era ini kebutuhan hidup semakin beragam yang diakibatkan oleh semakin majunya teknologi yang mencapai seluruh marginal masyarakat. Oleh karena itu masyarakat diharapkan memiliki kelihaihan pula dalam mempertimbangkan berbagai aspek sebelum melakukan pilihan agar tidak akan merugikan dirinya dari segi financial.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah keputusan pembelian barang dagang atau jasa. Menurut Kotler (2002:17) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk dagang atau jasa agar mendapat pilihan yang tepat. Dalam hal ini konsumen harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

Terdapat berbagai faktor yang harus diperhatikan konsumen agar keputusan pembelian akan dilakukan dengan benar. Konsumen diharapkan mempertimbangkan sesuai dengan untung ruginya baik dari segi kualitas, harga dan merek, fungsi dan sebagainya. Hal ini dimaksudkan agar barang yang dibeli benar-benar akan memiliki tingkat kualitas sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen itu sendiri dan pada akhirnya konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak produsen.

Keputusan pembelian berkenaan pula dengan daya upaya manusia untuk memecahkan masalah tentang pilihan. Artinya jika pilihan keputusan pembelian akan memberikan keuntungan bagi konsumen maka tidak akan menimbulkan permasalahan lain seperti kerugian financial adanya return, atau ketidakpercayaan konsumen terhadap produsen. Dengan demikian sebelum mencapai keputusan pembelian perlu pertimbangan keberadaan barang dan jasa yang akan dibeli dan mempertimbangkan keadaan yang melekat pada barang dan jasa tersebut.

Paradigma yang ditemui sebagian besar konsumen tidak melakukan pertimbangan dalam pembelian sebuah barang dan jasa, bahkan tidak mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan barang dan jasa tersebut. Hal ini diakibatkan oleh beberapa hal diantaranya faktor lingkungan ekonomi yaitu merasa memiliki banyak finansial. Faktor lain adalah faktor lingkungan sosial yaitu adanya persaingan antara lingkungan sendiri bahkan dapat juga dipengaruhi oleh gaya hidup yang dibiasakan oleh faktor keluarga dari kecil

Faktor kualitas produk akan dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian tanpa mempertimbangkan faktor lain. Kualitas dalam hal ini telah digunakan sebagai pertimbangan utama sangat memegang peranan utama karena adanya persaingan terhadap kepopuleran kualitas di lingkungannya maupun kepopuleran yang didapati dari iklan dan promosi-promosi dimedia baik media cetak maupun media elektronik.

Menurut Kottler dan Amstrong (2012: 55), kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain.

Sering kali dibenak konsumen sudah terpatrit bahwa produk perusahaan tertentu jauh lebih berkualitas dari pada produk pesaing dan konsumen akan membeli produk yang mereka yakini lebih berkualitas. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Novandri, 2010: 15)

Kenyataan ini yang ditemukan pada keputusan membeli “Mobil Matic” pada masyarakat Universitas Negeri Gorontalo. Hasil survey awal

menunjukkan bahwa beberapa dosen dalam membeli Mobil Matic dengan mempertimbangkan kualitas yang ada pada Mobil matic tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lainnya baik kelebihan dan kekurangan Mobil matic tersebut.

Pada permasalahan ini kualitas produk menjadi sangat penting mempengaruhi dosen ataupun mahasiswa karena informasi-informasi melalui lingkungan baik rekan-rekan sesama ataupun rekan-rekan lainnya. Disamping itu kualitas dalam mobil matic terjadi karena keadaan lingkungan yang merasa bahwa mobil matic merupakan jenis mobil yang akan memberikan kesan mewah, elegan dan meningkatkan level pembelinya terutama dilingkungan sekitar dosen

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian dengan merumuskan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Matic pada PT Nenggapratama Mobilindo Gorontalo.**

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang dan pengamatan peneliti, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Prefrensi pembelian mobil matik mulai mengalami penurunan yang dapat dilihat dari beberapa masyarakat kurang berminat lagi dengan mobil matik
2. Kualitas dari mobil matik yang dirasakan kurang optimal yang dibuktikan dengan tidak hemat bahan bakar sehingga membuat pengeluaran menjadi lebih besar.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah adalah seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mobil matik Pada Konsumen PT Nenggapratama Mobilindo Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah : untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mobil Matik pada Konsumen PT Nenggapratama Mobilindo Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi piha-pihak yang membutuhkan. Adapun kegunaan penelitian adalah sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan manajemen strategi khususnya tentang pengaruh strategi kualitas produk terhadap keputusan pembelian

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam mengimbangi usaha bisnis mereka dan dapat menjadi acuan untuk perbaikan dan pembaruan pada perusahaan.