

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan industri di Indonesia seperti sekarang ini mengalami kemajuan yang sangat cepat dan pesat. Salah satu industri yang berkembang pesat yaitu industri otomotif. Otomotif adalah ilmu yang mempelajari alat-alat transportasi darat yang menggunakan mesin terutama mobil. Biaya hidup yang semakin tinggi dan kebutuhan yang semakin banyak mulai menambah beban kehidupan masyarakat Indonesia.

Perusahaan mencari ide-ide kreatif dan mengembangkan teknologi maupun berusaha untuk dapat meningkatkan penjualan dan juga memuaskan kebutuhan pelanggan. Alat transportasi di zaman sekarang ini merupakan salah satu kebutuhan yang sangat membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Pola hidup masyarakat Indonesia lebih cenderung menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan dengan kendaraan umum kemacetan yang ada di ibukota, keadaan ini tidak mempengaruhi masyarakat untuk beralih ke kendaraan umum yang sudah disediakan oleh pemerintah dengan adanya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah pusat mengenai *Low Cost Green Car (LCGC)* atau yang lebih dikenal sebagai mobil murah mulai banyak menimbulkan pro dan kontra.

Pesaingan dalam perusahaan semakin ketat dengan adanya kebijakan LCGC banyak perusahaan yang membuka pabrik di Indonesia untuk menekan biaya produksi agar tetap dapat bersaing industri otomotif, perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk. Banyak yang menjadi faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian antara citra merek, kualitas produk, dan harga merupakan faktor dalam keputusan pembelian.

Citra Merek merupakan persepsi seseorang terhadap suatu merek dan menjadi keyakinan konsumen terhadap suatu merek, ini merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen untuk memilih merek tertentu. Banyak orang Indonesia yang membeli produk berdasarkan dari merek yang sudah banyak di kenal orang. Kualitas produk tidak diragukan kan lagi itu akan menjadi salah satu yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi salah satu keharusan yang harus dipenuhi suatu perusahaan.

Konsumen akan memilih produk sesuai dengan apa yang inginkanannya, banyak yang dapat dijadikan pertimbangan oleh konsumen. Citra Merek dan Kualitas Produk menjadi merupakan hal yang perlu di pertimbangkan, karna munculnya berbagai macam produk dengan kualitas produk yang berbeda mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan posisinya dan mengatasi persaingan yang dilakukan oleh kompetitornya. Maka dari itu perusahaan harus bisa tetap menjaga pangsa pasarnya, salah satunya dengan cara membentuk citra merek yang kuat dibenak konsumen.

Harga merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karna harga sangat mempengaruhi minat beli konsumen, Harga merupakan prioritas pertama yang akan dilihat oleh para konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk. Perusahaan terus menyesuaikan kebutuhan masyarakat, seiring berkembangnya dunia otomotif di Indonesia membawa dampak pada persaingan usaha yang sangat ketat, hal ini menuntut perusahaan

untuk mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian.

Terutama pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di Indonesia, banyak yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian antara lain citra merek, kualitas produk, dan harga juga ikut berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian sebuah produk. Semakin banyak produk-produk sejenis perusahaan juga harus berkerja extra dalam menciptakan produk yang memiliki keunggulan dalam persaingan sehingga layak untuk dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih suatu merek tertentu, seperti yang dilakukan oleh Mitsubishi Motors di Indonesia.

Mitsubishi Motors di Indonesia merupakan kendaraan yang berasal dari negara Jepang, di Indonesia sendiri Mitsubishi Motors dibawa oleh PT. New Marwa Motors pada tahun 1970 dari Jepang yang didirikan oleh Brigjen (Purn) H. Sjanoerbi Said, lalu pada tahun 1973 PT. New Marwa Motors berubah menjadi PT. Kramayudha Tiga Berlian Motor (KTB) hingga saat ini, awal didirikannya KTB pertama kali menjual kendaraan komersial yang dikenal dengan kepala kuning atau Colt Diesel dan L300.

Seiring berkembangnya industri otomotif di Indonesia barulah KTB membawa kendaraan penumpang ke Indonesia dari Mitsubishi Lancer pada dekade 80-an hingga Mitsubishi Mirage pada tahun 2012 dan beberapa varian lainnya seperti *Pajero Sport*, *Outlander Sport* dan *Delica*. Untuk memenuhi pasar Indonesia, KTB berserta Mitsubishi Corporation Jepang dan Mitsubishi Motors

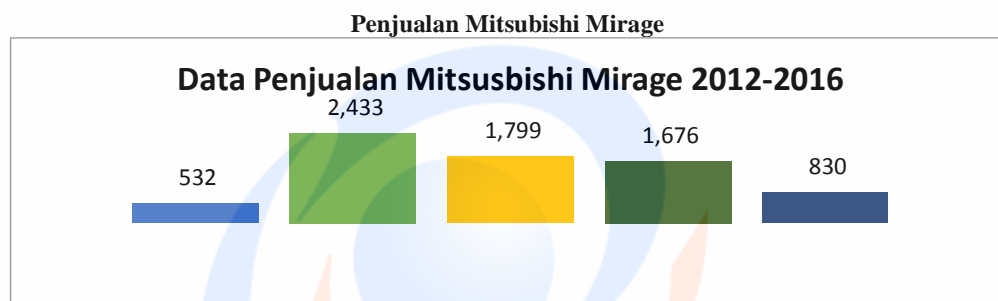
Corporation (MMC) Jepang, pada tahun akhir 2015 membangun pabrik perakitan di Delta Mas, Cikarang Pusat. Pabrik tersebut akan selesai pada akhir tahun 2016 dan akan beroperasi pada April 2017 mendatang.

Pabrik ini akan memproduksi *Pajero Sport* untuk pasar Indonesia, selain itu Mitsubishi Motors sedang mempersiapkan kendaraan MPV sejuta Umat yang saat ini masih *prototype* yang diberi kode *XM concept*, kendaraan ini yang digadagadag dapat menyaingin produk sejenis dari kompetitor yaitu avanza dan Xenia. Banyaknya pesaing yang sama Mitsubishi Mirage terus mengembangkan produk, pada tahun 2016 ini Mitsubishi Mirage mengeluarkan *facelift* atau memperbarui tampilan dan beberapa teknologi lainnya ini semua di lakukan Mitsubishi untuk menghilangkan kejenuhan konsumen akan bentuk Mitsubishi Mirage yang sudah tiga tahun lalu tidak merubah bentuk apapun. Data yang di dapat dari Gabungan Industri Kendaran Bermotor Indonesia (GAIKINDO) menunjukan penjualan Mobil Mitsubishi Mirage dari tahun 2012 sampai dengan 2016.

Tabel 1.1 Penjualan Mitsubishi Mirage

Varian	2012	2013	2014	2015	2016
Mitsubishi Mirage	532	2433	1799	1676	830

Gambar 1.1



Sumber : PT. Kramayudha Tiga Berlian Motors per 20 Oktober 2016

Data dari table dan grafik di atas menunjukan penjualan jumlah Mobil Mitsubishi Mirage secara keseluruhan di wilayah Jakarta dapat dilihat bahwa penjualan mengalami penurunan dan naik yang berbeda disetiap tahunnya. Penurunan akan produk Mobil Mitsubishi Mirage menunjukan minat beli konsumen yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak manajemen perusahaan, fenomena ini dapat di sebabkan karna banyak sekali bermunculan merek mobil baru yang menawarkan dengan berbagai model, desain dan inovasi yang memberikan kualitas produk yang lebih bagus, serta ditawarkan dengan harga yang lebih murah.

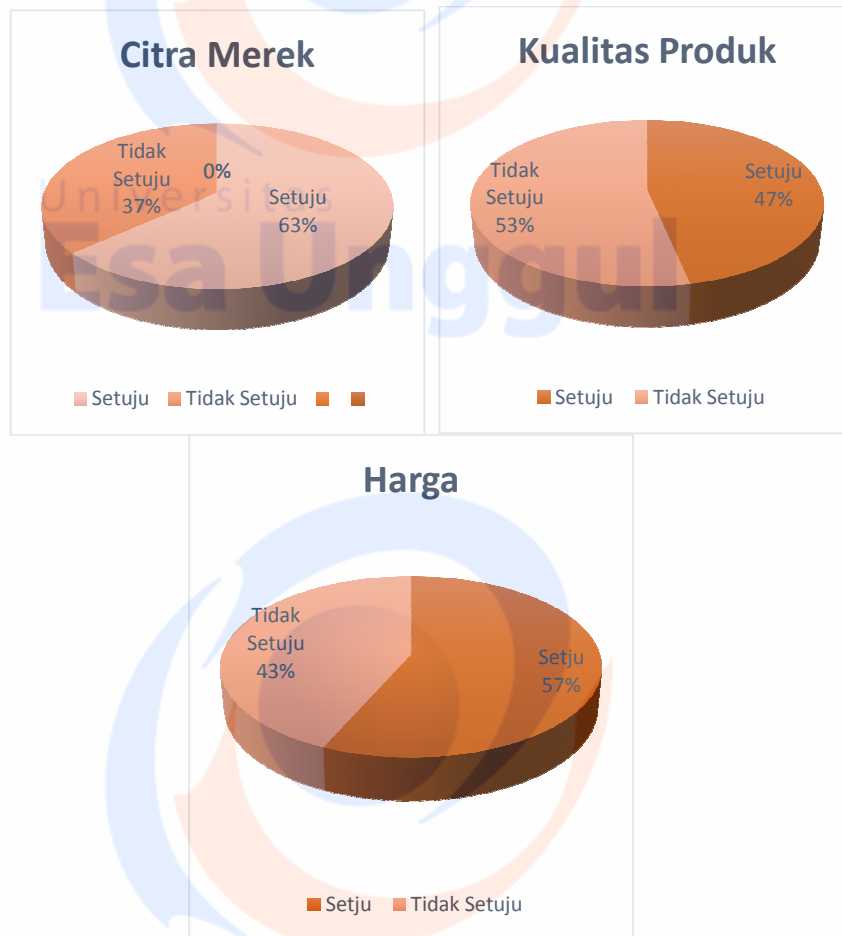
Tabel 1.2
Tabel Penjualan Dealer

Dealer	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEPT	OCT	NOV
LBUM Kebon Jeruk	3	3	1	1	4	3	3	2	1	2	1

Sumber : PT. Lautan berlian cabang kebon jeruk, Jakarta barat

Table di atas merupakan data penjualan mobil Mitsubishi Mirage di dealer Mitsubishi cabang kebon jeruk, Jakarta Barat. Penelitian ini di harapkan dapat mencari berbagai informasi untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Mobil Mitsubishi Mirage di PT. Lautan Berlian Utama Motor cabang Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Dalam penelitian ini, diadakan pra survei dengan tujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap mobil merek Mitsubishi Mirage Kuesioner tersebut memuat pertanyaan mengenai Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Adapun hasil pra survei disajikan sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan, 2016

Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage

Dari gambar 1.2 dapat dilihat bahwa hasil dari pra survei mengenai variabel Citra Merek menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang (63%) menyatakan bahwa citra merek mobil Mitsubishi Mirage merupakan merek yang mempunyai reputasi yang cukup baik di kalangan konsumennya.

Dapat dilihat bahwa hasil dari pra survei mengenai variabel Kualitas Produk menunjukkan bahwa sebanyak 14 orang (47%) menyatakan bahwa kualitas produk mobil Mitsubishi Mirage lebih bagus dari produk lainnya dan untuk

variabel harga 17 orang (57%) menyatakan bahwa harga mobil Mitsubishi Mirage masih cukup terjangkau di kalangan konsumen. Dari hasil pra survei tersebut menunjukkan bahwa produk mobil Mitsubishi Mirage masih kurang memperhatikan kualitas produk nya.

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Citra merek mobil Mitsubishi dipersepsikan oleh konsumen boros bahan bakar sehingga konsumen ragu untuk membeli mobil Mitsubishi Mirage.
2. Kualitas produk Mobil Mitsubishi mirage yang kurang bagus sehingga berakibat terjadi penurunan penjualan
3. Harga mobil Mitsubishi Mirage yang mahal sehingga konsumen lebih memilih produk lain sejenis yang lebih murah.
4. Beragam pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah pada harga, kualitas produk, citra merek terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh keputusan pembelian, khususnya mobil Mitsubishi Mirage di PT. Lautan Berlian Utama Motor cabang Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

1.3.Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage?
3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage?
4. Apakah citra merek, kualitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage?
5. Apakah variabel Citra Merek merupakan faktor dominan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Mirage?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh citra merek terhadap keputusan Mobil Mitsubishi Mirage.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Mirage.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Mirage.
4. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Mirage.
5. Untuk mengetahui apakah variabel Citra Merek yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Mirage.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan,

perusahaan di harapkan dapat menjadi masukan untuk tetap menjaga citra merek, harga dan kualitas produk yang tepat bagi para konsumen khususnya Mitsubishi Mirage.

2. Bagi penulis,

penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai citra merek, harga dan kualitas produk yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih Mitsubishi Mirage.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan dan ditambahkan sebagai sumber pengetahuan umum terutama mengenai manajemen pemasaran dan dapat dijadikan inspirasi untuk para pembaca.