

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Tahun 2012 menjadi tahun kedua kami secara berturut-turut mencapai rekor penjualan tertinggi sepanjang sejarah berdirinya PT. KTB. Setelah pada tahun 2011 kami mencapai hasil penjualan 134,416 unit dan mencanangkan target penjualan sebesar 140,000 unit untuk tahun 2012, pada akhir tahun kami pun berhasil menutup angka penjualan yang melewati target tersebut yaitu 148,918 unit, naik 10.8% dari rekor tahun sebelumnya. Pemecahan rekor ini pun ditunjang dengan meningkatnya penjualan passenger car (kendaraan penumpang) Mitsubishi sebesar hampir 70% dari tahun sebelumnya, dan keberhasilan kami mempertahankan posisi market leader di Commercial vehicle (kendaraan niaga) selama lebih dari 42 tahun lamanya. Hadirnya Outlander Sport dan Mirage pada tahun 2012 telah berhasil meningkatkan penjualan kendaraan penumpang Mitsubishi dari 13,356 unit di tahun 2011 menjadi 22,463 unit di tahun 2012 dan ini membuktikan eksistensi Mitsubishi dalam pemasaran kendaraan penumpang berkualitas bagi para konsumen di Indonesia. Pajero Sport pun tetap dapat mempertahankan market share dengan total penjualan sebesar 13,935 unit sepanjang tahun 2012.

Dalam rangka terus menjamin kepuasan para pelanggan setia kendaraan Mitsubishi, ekspansi dari dealer pun terus kami laksanakan sehingga pada tahun 2012, dari jumlah outlet yang pada awalnya berjumlah 191 outlet, kini Mitsubishi telah memiliki 205 dealer 3S (Sales, Service, Spare Parts) di seluruh Indonesia, yang juga ditunjang dengan fasilitas-fasilitas layanan after sales terbaik seperti Bengkel Siaga 24 Jam, Service Quick Pit, Mobile Workshop, Home Service Kit, Motorbike dan beragam pelayanan lainnya yang siap membantu menangani masalah konsumen. Mitsubishi Pajero Sport All Round Family SUV dari Mitsubishi dengan DNA Rally Paris Dakar yang telah terbukti ketangguhannya, pada tahun ini pun kembali meraih 6 gelar yang menobatkan Pajero Sport sebagai Best SUV Diesel. Saat ini, Pajero Sport telah meraih 15 penghargaan dari kalangan media di Indonesia. <sup>1</sup>

Contohnya :

Pajero Sport:

1. Best Mid SUV – Otomotif Awards 2012
2. Best of The Best SUV – Otomotif Awards 2012
3. Net Promoter Excellent Award – 3rd Annual Net Promoter Customer Loyalty  
SWA Magazine
4. Best SUV Diesel – Indonesia Car of The Year (ICOTY2012) Mobil Motor
5. Favorite Medium SUV - Autocar Reader's Choice Awards (ARCA) 2012

---

<sup>1</sup> Vidiyari, Intan. *Mitsubishi Global Small Concept*. Evolution. Edisi 4.2011

## 6. Best Buy Large SUV – Target Car Awards 2012

Kendaraan bagi manusia sudah menjadi sarana yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan. Dengan adanya kebutuhan yang berbeda antara satu orang dengan orang lainnya, sarana itu juga dibuat beragam disesuaikan dengan kebutuhan pemakaiannya. Untuk pemakaian di lokasi yang berbukit maka ada jenis kendaraan jip; sementara untuk lokasi yang relative rata seperti jalan – jalan perkotaan maka kendaraan yang digunakan adalah jenis sedan. Hal diatas merupakan contoh yang menunjukkan adanya perbedaan jenis – jenis kendaraan berdasarkan lokasi pemakaiannya. Namun dari pengamatan penulis, sekarang ini terjadi fenomena yang unik.

Kendaraan – kendaraan tersebut tidak digunakan berdasarkan lokasi pemakaian lagi karena dengan mudah kita temui penggunaan kendaraan jenis sedan atau minibus, bahkan jip yang digunakan untuk berbagai keperluan, baik untuk pergi ketempat kerja, berbelanja maupun sekolah. Informasi baik dari media surat kabar maupun televisi telah banyak memberi informasi seperti bentuk, jenis kendaraan yang digunakan oleh pembalap atau pereli kelas dunia. Perubahan tampilan kendaraan para pembalap atau pereli tersebut yang banyak member inspirasi bagi masyarakat kebanyakan. Pada akhirnya kita sering menemukan penggunaan kendaraan jenis sedan maupun jenis niaga yang telah mengalami perubahan tampilan. Sehingga tampilannya kendaraan tersebut lebih sesuai

sebagai kendaraan yang digunakan di arena pacu (lomba) dibandingkan untuk dipakai di jalan raya..<sup>2</sup>

Dahulu banyak konsumen yang membanggakan sebuah kendaraan yang benar-benar dapat memiliki fungsi yang besar dan model yang besar. Dijaman seperti sekarang yang semakin sulit dan sudah mulai beralih segala sesuatu yang sederhana , namun dapat memberi kelebihan. Masyarakat banyak yang menyukai peradaban yang memiliki kemajuan teknologi yang canggih, misalnya saja sebuah kendaraan yang minimalis, rumah yang minimalis dan segala sesuatu dibuat dengan sederhana dan praktis.

Untuk itu dalam pembahasan metode ini mengambil alih sebuah penelitian yang membahas tentang permintaan kendaraan yang mampu memenuhi target konsumen, seperti diatas yang telah disebutkan. Banyak produsen kendaraan yang berlomba untuk membuat kendaraan yang diinginkan oleh konsumen. Oleh sebab itu saya berencana membahas topik ini menjadi metode penelitian saya.

Berdasarkan latar belakang dan masalah-masalah yang disebutkan diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK MITSUBISHI PAJERO SPORT ”**.

---

<sup>2</sup> <http://repository.stisitelkom.ac.id> diakses tanggal 16 Januari 2014

## **B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### 1. Identifikasi Masalah

- a. Citra merek yang diberikan oleh Mitsubishi pajero
- b. Kualitas Produk yang diberikan mobil Mitsubishi pajero
- c. Kepuasan dan kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan produk pajero sport

### 2. Pembatasan Masalah

- a. Peneliti hanya membatasi tentang permasalahan citra merek Mitsubishi dengan kualitas produk yang diberikan oleh Mitsubishi dengan loyalitas konsumen terhadap produk pajero sport di Dealer PT. Setiakawan Pahala Motor – Pluit.
- b. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk pajero sport di wilayah pluit didealer PT. Setiakawan Pahala Motor.

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas konsumen Mitsubishi pajero sport ?

2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Mitsubishi Pajero sport ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kualitas produk Mitsubishi pajero sport ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas konsumen produk Mitsubishi pajero sport.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Mitsubishi pajero sport.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kualitas produk mitsubishi pajero sport.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil Penelitian ini memberikan manfaat terdiri dari :

1. Bagi penulis, diharapkan penulis dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam memberikan informasi mengenai Pengaruh Citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Produk Mitsubishi Pajero Sport.

2. Bagi Mahasiswa, Dapat dijadikan bahan referensi untuk mengadakan penelitian tentang Prngaruh Citra Merek dan Kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pengguna Mitsubishi pajero sport.
3. Bagi perusahaan, Dapat Dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap Citra merek yang telah dipercaya dan meningkatkan kualitas produk agar konsumen dapat loyal terhadap produk Pajero sport.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Maksud dari pembuatan sistematika penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran yang ringkas dan jelas, mengenai isi bab demi bab dan dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka pikir penelitian dan hipotesis sementara dari permasalahan yang diteliti.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian tentang pemaparan rancangan penelitian yang meliputi jenis penelitian, metode *sampling* dan pengumpulan data, populasi, definisi operasional variabel yang diteliti, prosedur pengolahan dan teknis analisis, serta alat-alat statistik yang digunakan.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab IV menjelaskan tentang sejarah perusahaan dan objek yang diteliti pada penelitian ini.

### **BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab V berisi hasil analisis data yang digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap permasalahan sehingga menghasilkan hipotesis akhir.

### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab VI berisi kesimpulan dari berbagai analisis data – data yang sudah dikumpulkan mengenai pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.