

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, mobil sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat modern. Mobil yang dulunya diidentifikasi sebagai kebutuhan sekunder atau barang mewah sekarang telah berganti menjadi kebutuhan primer di berbagai kalangan tertentu. Hal tersebut didasarkan pada salah satu ukuran tumbuhnya kelas menengah yang ditandai dengan peningkatan penjualan kendaraan bermotor, khususnya roda empat. Maka permintaan mobil sebagai alat transportasi dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin banyak merek dan jenis mobil di Indonesia. Maka konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan, dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk-produk tersebut. Inovasi produk terus dilakukan oleh produsen mobil untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkannya. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi maka perusahaan otomotif terutama *city car* atau *hatchback*. Saat ini banyak bermunculan merek mobil *hatchback* dengan desain dan kualitas yang bagus serta harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pangsa pasar. Di Indonesia, pasar mobil-mobil *hatchback* merupakan pasar yang paling variatif. Pemimpin pasar ini terus mengalami perubahan. (Sumber: Gaikindo otomotif.kompas. 2015).

Suzuki Karimun WagonR ini salah satu mobil produk keluaran Suzuki yang berkonsepkan *low cost green car*, (LCGC) yang berarti harga terjangkau dan ramah lingkungan. Mobil ini sempat menjadi bahan pembicaraan karena harganya yang relatif murah. Harga Suzuki Karimun WagonR mulai dari Rp 100 –130 juta. Mesin Suzuki Karimun WagonR berkapasitas 1000 cc. Mobil ini berbentuk *city car* namun tanpa bagasi dengan body ukuran mungil. Selain itu, mobil Karimun juga dinilai sebagai mobil yang sangat cocok digunakan di area perkotaan karena didukung kelincahan bermanuver, pengendalian yang mudah, dan mesin yang irit bahan bakar. Seiring kebijakan pemerintah yang memasukkan varian LCGC sebagai produk lokal, maka PT Suzuki Indomobil pun menghadirkan varian Suzuki Karimun WagonR yang merupakan versi ‘reborn’ dari Suzuki Karimun. Dalam perkembangannya, Suzuki Karimun sendiri memang sempat mengalami

evolusi, dari Karimun generasi pertama hingga yang terakhir Karimun Estillo. Suzuki sendiri menghadirkan Karimun WagonR sebagai salah satu unit LCGC sekaligus mengisi kekosongan di pangsa pasar mobil murah khusus untuk daerah perkotaan. Kehadiran Karimun versi WagonR sendiri berbarengan dengan beberapa unit LCGC dari kompetitor Suzuki lainnya, seperti Honda Brio, Toyota Agya, Daihatsu Ayla serta Datsun Go. Suzuki Karimun WagonR sendiri hadir dengan nuansa LCGC yang berbeda.

Berikut ini adalah data mengenai penjualan mobil LCGC merek Honda, Toyota, Daihatsu, Suzuki dan Datsun pada periode 2017 sampai 2018

Tabel 1.1

Data Penjualan mobil LCGC Periode 2017-2018

No	Merek Mobil	2017	2018
1	Honda Brio	43.378 Unit	42.638 Unit
2	Toyota Agya	27.640 Unit	26.936 Unit
3	Daihatsu ayla	27.291 Unit	24.936 Unit
4	Suzuki Karimun WagonR	5.001 Unit	4.715 Unit
5	Datsun Go	3.753 Unit	4.644 Unit

*Sumber: viva (data diolah peneliti, 2019)*

Dari tabel 1.1 data diatas menunjukkan bahwa penjualan Suzuki Karimun WagonR berada di posisi ke empat, yaitu di bawah Honda Brio, Toyota Agya dan Daihatsu Ayla. Dari fenomena diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan pangsa pasar didukung dengan data penjualan Suzuki Karimun WagonR. Total penjualan produk Suzuki Karimun WagonR yang jauh di bawah total penjualan Honda Brio, Toyota Agya dan Daihatsu Ayla juga mengindikasikan bahwa kualitas produk Suzuki Karimun WagonR juga masih rendah. Pada dasarnya konsumen menginginkan suatu produk dengan kualitas yang baik. Produk yang memiliki kualitas baik sudah pasti akan banyak diminati oleh konsumen dan dapat meningkatkan angka penjualan produk tersebut. Sebelum konsumen melakukan proses keputusan pembelian konsumen akan mencari kualitas, pengalaman kualitas dan bukti kualitas dari perusahaan-perusahaan yang diketahui konsumen untuk dijadikan referensi dalam pengumpulan informasi. Tujuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas adalah supaya produk tersebut dapat diterima oleh konsumen dan mampu memacu angka penjualan yang maksimal. Namun dari data

penjualan mobil Suzuki Karimun WagonR masih rendah di bawah Honda Brio, Toyota Agya dan Daihatsu Ayla, Keputusan pembelian dari produk mobil Suzuki Karimun WagonR belum begitu sukses dalam penjualannya.

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yaitu faktor nilai atau manfaat yang akan diperoleh konsumen dari suatu produk. Selain itu, konsumen juga mempertimbangkan berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan, dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk-produk tersebut. Inovasi produk terus dilakukan oleh produsen mobil untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkannya (GAIKINDO, 2019).

Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan Cannon, *et al.*,(2008). Jika perusahaan ingin berkembang dan meraih keuntungan, maka perusahaan harus mengadopsi konsep kualitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Dengan kualitas produk Suzuki Karimun WagonR ini pasti ada kekurangan yang dimiliki dibanding dengan produk Suzuki lainnya. Menurut survey yang dilakukan kepada pengguna Suzuki Karimun WagonR yang kecewa atas produk Suzuki Karimun WagonR ini, berikut beberapa kekurangan dari Suzuki Karimun WagonR. Antara lain : Jok Bagian Belakang tidak ada headrest jok, power window cuma ada dua di bagian pintu depan sedangkan di bagian belakang manual dengan cara di puter, mempunyai ban yang terlalu kecil, suspensi agak keras dan agak melambung di kecepatan tinggi. Jadi masalah yang terdapat dalam Suzuki Karimun WagonR ini lebih mengarah ke kualitas produknya. Namun Suzuki Karimun WagonR ini juga punya kelebihan yang membuat konsumen tertarik yaitu dengan BBM yang lebih irit, mempunyai pemberitahuan Gear shift indikator untuk membantu memudahkan pengemudi memindahkan gigi persneling menjadi berkendara lebih baik dan hemat, Plafon yang tinggi mempermudah sirkulasi udara sehingga terasa lebih lega, Service resmi relatif murah, penggantian oli hanya 3 liter, cukup menghemat biaya, dan bentuk yang kecil mungil cocok untuk di perkotaan yang padat dan lebih simpel di jalan-jalan sempit, mempunyai performa mesin dan kenyamanan yang tidak diragukan, di jalanan yang menanjak juga tidak masalah walaupun dengan kapasitas mesin 1000cc.

Tabel 1.2

Daftar harga terbaru mobil LCGC dari type yang paling rendah

No	Merek Mobil	Type (Tranmisi)	Harga
1	Toyota Agya	G (M/T)	Rp 133.400.000
2	Honda Brio	S (M/T)	Rp 132.500.000
3	Datsun Go	T (M/T)	Rp 115.050.000
4	Suzuki Karimun WagonR	GA (M/T)	Rp 107.500.000
5	Daihatsu Ayla	D (M/T)	Rp 94.050.000

Sumber : Febri Ardani Saragih 2018

Di lihat dari tabel 1.2 data harga di atas Suzuki Karimun WagonR ada di peringkat ke tiga. Jadi perbandingan harga dengan Toyota Agya, Honda Brio dan Datsun Go Suzuki Karimun WagonR ini lebih murah walaupun fitur-fitur tidak beda jauh, tetapi dengan Daihatsu Ayla harganya dibawah Suzuki Karimun WagonR. Dari ke lima mobil LCGC ini harga yang paling murah diperoleh Daihatsu Ayla. Akan tetapi harga menyesuaikan dari fitur-fitur yang ada di produk tersebut. Jadi harga Suzuki Karimun WagonR berpengaruh dengan adanya mobil LCGC sejenisnya yang lebih murah.

Setiap perusahaan memiliki merek yang dapat membantu perusahaan untuk memperluas lini produk serta mengembangkan posisi pasar agar perusahaan tetap dapat berkembang dan bertahan dalam kuatnya persaingan usaha terdapat salah satu cara yaitu membentuk Citra Merk. Memiliki citra merk yang kuat merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan karena citra merek merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Dibutuhkan kerja keras dan waktu yang cukup lama untuk membangun reputasi dan citra merek. Citra merek yang kuat mengembangkan citra perusahaan dengan membawa nama perusahaan, merek-merek ini membantu mengiklankan kualitas dan besarnya perusahaan. Begitupun sebaliknya citra perusahaan memberikan pengaruh pada citra merek dari produknya yang akan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk perusahaan yang ditawarkan. Citra merek Suzuki Indomobil ini sudah di kenal lama akan tetapi dengan mengeluarkan produk LCGC Suzuki Karimun WagonR ini tidak begitu sukses karena kosumen yang membeli Karimun WagonR tidak seperti membeli produk suzuki yang lainnya. Citra merek mobil Suzuki Karimun WagonR ini tidak termasuk top brand, jadi mobil Suzuki Karimun WagonR memiliki citra merek yang kurang dikenal.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul tentang **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Mobil Suzuki Karimun WagonR"**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Adanya persaingan merek yang semakin ketat, ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan merek sehingga keputusan pembelian pada Suzuki Karimun WagonR rendah.
2. Kualitas produk kurang bagus dan citra merek rendah sehingga berakibat penjualan mobil Suzuki Karimun WagonR rendah.
3. Harga murah namun citra merek yang rendah, sehingga berakibat pada rendahnya konsumen memilih produk Suzuki Karimun WagonR.
4. Citra merek Suzuki Karimun WagonR dipersepsikan oleh konsumen tidak bagus karena tidak masuk top brand, hal ini mengindikasikan rendahnya nilai pembelian konsumen.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari melebarnya topik yang akan diteliti maka penulis hanya membatasi masalah penelitian pada Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang, permasalahan utama dalam penelitian ini penulis merumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diungkapkan, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?

3. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
4. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
5. Mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
6. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?
7. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada mobil Suzuki Karimun WagonR di Wilayah Jabodetabek?

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

1. Manfaat Teoritis
  1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya terutama berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.
2. Manfaat Praktis
  1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi pihak pengelola untuk memperbaiki atau memperhatikan kualitas produk yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
  2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan baik secara teori maupun praktek dalam bidang manajemen pemasaran.