

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi ditandai dengan dimulainya era perdagangan yang tidak mengenal batas - batas negara. Perubahan terjadi pada tingkat yang semakin cepat dibandingkan sebelumnya. Kekuatan Global akan terus mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia. Teknologi akan terus mengagumkan kita dan melakukan hal-hal yang tidak terpikirkan sebelumnya yang mengakibatkan tidak ada pembatasan-pembatasan yang dapat melindungi kepentingan perdagangan suatu negara dengan negara lain. Semakin banyak orang, semakin banyak negara. Perusahaan-perusahaan bebas memutuskan apa yang harus dibuat dan dijual, sehingga strategi bisnis sekarang akan beresiko, demikian juga halnya bila beralih ke strategi bisnis yang baru. dan kemajuan otomotif pun semakin meningkat perkembangan otomotif membawa dampak bagi kehidupan Suzuki swift.

Keberadaannya kini sudah menjadi bagian yang sangat penting saat ini, hampir setiap orang sangat membutuhkannya perkembangan tersebut karena adanya permintaan pasar, dan melihat persaingan dan perkembangan bisnis saat ini, permintaan Suzuki sangat meningkat.

Melihat adanya permintaan pasar yang cukup tinggi, sangat membawa pengaruh yang luar biasa bagi gaya hidup setiap orang terutama di bidang

otomotif. tidak di pungkiri lagi perkembangan otomotif cukup mengesankan dan begitu pesat di era globalisasi saat ini.

Dunia bisnis telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. hal ini menyebabkan persaingan antar pelaku bisnis sangat ketat saat ini, dan penjualan otomotif Suzuki swift semakin meningkat untuk mendapatkan tempat istimewa dihati konsumen. perusahaan harus mampu menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya dan dapat menentukan strategi yang tepat dengan menciptakan budaya saing yang cukup tinggi untuk ditahun yang akan datang.

PT suzuki merupakan salah satu produsen mobil yang telah lama menjalani usaha dibidang otomotif. Pada awalnya PT suzuki hanya memproduksi kendaraan roda dua, tetapi dengan melihat peluang yang cukup menjanjikan dikendaraan roda empat maka PT suzuki turut meramaikan persaingan tersebut. Suzuki Motor Corporation adalah perusahaan Jepang yang memproduksi kendaraan seperti mobil dan sepeda motor. Mereka memiliki tempat produksi yang terletak di lebih dari 22 negara.

Pesaing utama mereka adalah Toyota, Ford, Mitsubishi, dan Daihatsu. Setelah membiarkan Honda Jazz sendiri tanpa teman, pada tanggal 8 Juli lalu di Gaikindo Auto Expo XIII di Jakarta Convention Center, PT Indomobil Niaga Internasional selaku pemegang merek Suzuki di Indonesia meluncurkan andalannya yaitu mobil Suzuki swift.

Suzuki Swift yang masuk ke Indonesia saat ini masih diimpor secara utuh langsung dari Jepang (completely built-up/CBU). Sosok Suzuki Swift yang

pertama kali muncul di Paris Motor Show 2004 itu sangat Eropa. Mengingat sejak awal konsep mobil itu didesain oleh tim gabungan Eropa dan Jepang. Suzuki Swift pertama kali muncul di Paris Motor Show 2002 dengan nama Concept-S, dan satu tahun kemudian kembali muncul di Frankfurt Motor Show 2003 dengan nama Concept-S2. Selintas, sosok Swift mirip dengan Mini Cooper baru keluaran BMW.

Tak heran jika mobil itu langsung menarik perhatian sebagian besar pengunjung, ketika selubung penutupnya dibuka. Dengan menyandang mesin 1.5 Liter, 4 silinder segaris, 16 katup (4 katup per silinder) double overhead camshaft (DOHC), variable valve timing (VVT), Suzuki Swift langsung berhadapan dengan Honda Jazz VTEC. Penggunaan VVT akan menjadikan mesin lebih bertenaga, hemat dalam mengonsumsi bensin, dan sisa pembakaran yang lebih ramah lingkungan.

Suzuki Swift akan meramaikan pasar hatchback subkompak yang dihuni Honda Jazz iDSI, Honda Jazz VTEC, dan Chevrolet Aveo. Bersama mobil-mobil itu juga masih ada Hyundai Getz, serta Peugeot 206 dan Renault Clio. Mesin yang disandang Suzuki Swift itu menghasilkan tenaga maksimum 108 PK dan torsi maksimum 143 Nm. Tenaga dan torsi itu disalurkan ke roda melalui dua pilihan persneling, yakni persneling otomatis dengan 4 tingkat kecepatan dan persneling manual dengan 5 tingkat kecepatan.

Kecepatan maksimum Suzuki Swift 185 kilometer per jam. Untuk mengamankan pengendara dan penumpangnya, semua kursi dilengkapi dengan sabuk pengaman, kantong udara (airbag), antilock brake system (ABS), electronic brake-force distribution (EBD), dan brake assist (BA).

PT Suzuki kini dihadapkan pada kenyataan yang sulit, hal ini dikarenakan semakin banyaknya produsen - produsen mobil yang menawarkan produk yang hampir serupa. Berbagai cara harus dilakukan PT Suzuki supaya terhindar dari kerugian. Kerugian tersebut terjadi karena berpalingnya konsumen Suzuki ke produsen mobil lain yang mengakibatkan penurunan volume penjualan mobilnya. Salah satu cara yang dapat menghindari PT Suzuki dari penurunan penjualan mobilnya yaitu dengan membuat saluran distribusi yang tepat. Saluran distribusi yang tepat dapat mempermudah PT Suzuki dalam melakukan penjualan mobilnya. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang tersebut yaitu perusahaan Indomobil. PT INDOMOBIL SUKSES INTERNASIONAL Tbk (Perseroan) merupakan salah satu kelompok usaha otomotif.

Dari gambaran latar belakang dan permasalahan diatas, penulis sangat antusias dalam melakukan penelitian mengenai berbagai hal diatas dan memutuskan untuk menggunakan judul penelitian mengenai

“ ANALISIS FAKTOT-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUKSI SUZUKI SWIFT”

(Studi kasus Penelitian ini di Suzuki Indomobil Multi Trada dan bengkel resmi)

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut ada beberapa permasalahan Yang dapat diidentifikasi. Dan uraian singkat tersebut maka identifikasi permasalahannya sebagai berikut :

- a. Banyaknya merek pesaing produk Suzuki Swift
- b. Para pesaing juga terus mencoba meningkatkan kualitas produknya
- c. Merek pesaing produk Suzuki Swift yang menawarkan harga lebih murah dan berbagai jenis yang bervariasi.
- d. Beragamnya faktor yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen Suzuki Swift
- e. Masih banyak konsumen yang berpindah-pindah merek yang mana yang para konsumen inginkan
- f. Kualitas produk dan harga menjadi alasan konsumen dalam memilih produk Suzuki Swift.

2. Pembatasan Masalah

Pada kesempatan ini penulis membatasi penelitian faktor produk harga, distribusi, dan promosi yang diduga mempengaruhi dalam melakukan pembelian mobil Suzuki Swift PT. INDOMOBIL MULTI TRADA yang dilakukan di JL, Daan Mogot no.116, Jakarta Barat 11460. Alasan pembatasan ini adalah untuk menghindari terjadinya penyimpangan dari tujuan penelitian karena ruang lingkup yang terlalu luas.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan di atas, maka penulis mengambil perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

- a. Dimensi apa sajakah yang menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian mobil Suzuki swift yang di produksi PT, INDOMOBIL MULTI TRADA ?
- b. Dimensi manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk suzuki merek suzuki swift?

D. Tujuan permasalahan

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian mobil merek Suzuki swift.
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk Suzuki merek Suzuki swift.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Agar hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan yang bergerak dibagian otomotif yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyempurnakan kualitas produk.

2. Bagi masyarakat luas

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan, dapat dijadikan bahan referensi serta sebagai data tambahan mahasiswa dan khalayak umum terutama yang berminat dalam bidang pemasaran

3. Bagi penulisan

Agar hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengkaji dan menerapkan pengetahuan yang telah di peroleh penulis selama dibangku kuliah

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini ada 6 pembatasan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam ini menguraikan mengenal teori-teori yang diperoleh dari buku-buku yang bersangkutan dengan penelitian ini, serta prinsip-prinsip untuk menganalisa data. Teori-teori tersebut dapat menunjang pemecahan masalah yang dihadapi dalam penelitian ini.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengisikan metodologi penelitian yang berisi antara lain : tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan definisi operasional variable.

BAB IV GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai karakteristik responden dan menganalisa melalui hasil dari kuisisioner.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian dan pembahasan masalah pengaruh kualitas produk Suzuki swift terhadap kepuasan konsumen.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dan akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian, kemudian berdasarkan kesimpulan tersebut akan dijadikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, masyarakat luas, dan bagi penulis.