

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Saat ini perkembangan industri mobil di Indonesia berkembang sangat pesat. Ketatnya persaingan antar perusahaan membuat produsen harus berfikir lebih keras untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Banyaknya industri mobil yang bermunculan dengan berbagai macam Kualitas produk dan citra merek yang bersaing, tentu akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian. Banyaknya perusahaan yang menawarkan Kualitas produk dan jenis mobil baru untuk memudahkan kehidupan manusia baik untuk bekerja maupun untuk memenuhi kebutuhan hidup relatif mempengaruhi konsumen untuk berpindah ke perusahaan pesaing. Seiring dengan berkembangnya fungsi mobil sebagai alat transportasi, maka permintaan konsumen terhadap mobil akan semakin tinggi. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya Kualitas produk dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan usahanya dengan baik, agar produk yang ditawarkan sampai ke tangan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan industri mobil ini cukup mempengaruhi konsumen agar lebih selektif dalam memilih produk yang diinginkan. Manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari tidak akan terlepas dari kegiatan transportasi, sehingga sarana transportasi yang memadai dibutuhkan untuk melakukan aktivitas agar dapat

berjalan dengan baik. Salah satu jenis alat transportasi adalah mobil. Kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti *trend* atau perkembangan zaman.

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif. Hal ini berarti konsumen bebas membuat keputusan untuk membeli atau memilih produk yang diinginkan sesuai dengan yang di butuhkan. Keputusan pembelian dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya serta tidak kalah pentingnya adalah memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya.

Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli suatu barang maupun jasa tentunya berbeda, tergantung pada jenis keputusan pembelian yang diinginkannya. Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung dengan adanya upaya membangun komunikasi kepada konsumen, serta melakukan inovasi untuk menghasilkan produk-produk yang lebih baik. Oleh sebab itu, proses pengambilan keputusan pembelian yang rumit tentu akan melibatkan

beberapa keputusan yang melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan.

Agar tujuan tersebut tercapai, maka produsen mobil harus mampu menciptakan produk yang diinginkan konsumen dengan kualitas yang baik dan pantas yakni untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya. Dalam kondisi seperti ini, keputusan memilih merek turut berperan dalam gaya hidup modern, dan keinginan untuk membeli produk yang bermerek pun turut mewarnai pola konsumsi seseorang.

Kualitas produk adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, kombinasi, atau karakteristik dari suatu produk. Kualitas produk sangat berkaitan dengan keinginan konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pemberian Kualitas produk itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama Kualitas produk yang baik dapat menambah tingkat penjualan terhadap perusahaan, dan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap perusahaan. Semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia, konsumen tentu 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. Agar produk otomotif yang ditawarkan mampu

memenuhi harapan konsumen, maka produsen mobil perlu menciptakan merek yang lebih unggul. Dari bebrbagai merek mobil yang ada, tentu konsumen akan memilih dan memutuskan pembelian terhadap merek yang melekat pada benak konsumen.

Citra merek merupakan sejumlah uang yang harus di bayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk barang atau jasa. Dalam kehidupan bisnis, citra merek merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya citra merek selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari suatu produk. Citra merek yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan jasa. Kebanyakan suatu perusahaan menetapkan citra merek berdasarkan biaya yang dikeluarkan. Termasuk pengalokasian biaya tambahan yang selalu berubah dan dibuat berdasarkan perkiraan tingkat pelaksanaan. Sama hal nya dengan PT. Wahana Sugi terra Sukabumi hambatan yang ada di masyarakat bahwa penetapan citra merek yang terlampu tinggi akan dapat mengurangi minat beli konsumen jika tidak diimbangi dengan kualitas.

PT. Wahana Sugi terra dengan badan hukum Nomor:503/91/PM/XI/BPMPT. /2014 beralamat di JL. Jalur Lingkar Selatan RT 001/004 Kelurahan Sudajayahilir Kecamatan Baros Kota Sukabumi. Perusahaan ini bergerak di bidang otomotif kendaraan roda empat dan berbagai jenis produknya,PT. Wahana Sugi terra tahun 2013 meluncurkan kembali mobil merek Datsun yang sempat redup selama tiga dekade, dan kembali booming pada tahun 2014.

Berdasarkan hasil peninjauan melalui wawancara yang penulis lakukan dengan 6 orang konsumen PT. Wahana Sugi terra Sukabumi ditemukan permasalahan mengenai keputusan pembelian, hal tersebut karena pada saat pasca pembelian konsumen merasa mobil Datsun tidak sesuai dengan harapan sehingga konsumen tidak merekomendasikan mobil Datsun pada orang lain. Data ini didukung dengan adanya tabel penurunan konsumen dibawah ini:

Tabel 1.1 Data Konsumen yang membeli Mobil Merek Datsun Pada PT. Wahana Sugi terra

Nama Merek	Tahun	Jumlah Konsumen yang membeli	Persentase %
Datsun	2014	168 Konsumen	21,4 %
	2015	132 konsumen	18,18%
	2016	108 Konsumen	

Sumber: PT. Wahana Sugi terra Sukabumi, 2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah konsumen yang membeli mobil merek Datsun selama tiga bulan terakhir. Permasalahan tersebut diduga disebabkan karena kualitas produk dimana desain produk yang kurang menarik, Pendugaan penyebab lainnya yaitu persepsi konsumen terhadap atribut produk dinilai kurang lengkap dan kurang menarik, seperti penyimpanan kabin minim, dan velg kecil.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul **"Pengaruh Kualitas produk dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil Merek Datsun PT. Wahana Sugi terra Sukabumi."**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas dapat diidentifikasi masalahnya yaitu Keputusan pembelian yang menurun. Terjadinya penurunan jumlah konsumen dari tiga tahun terakhir pada mobil merek datsun. Hal ini diduga disebabkan oleh rasa kurang puas konsumen setelah membeli mobil merek Datsun. Permasalahan diatas diduga disebabkan oleh kualitas mobil merek datsun itu sendiri karena tidak memiliki fitur keselamatan seperti airbag penumpang. Pendugaan penyebab lainnya yaitupersepsi konsumen terhadap atribut produk mobil merek Datsun dinilai kurang lengkap dan kurang menarik. Tempat penyimpanan kabin minim, velg kecil dan kursi baris depan terlihat seperti mobil pengangkut barang.Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam “Apakah Kualitas produk dan Citra merek berpengaruh pada Keputusan pembelian Mobil Merek Datsun Pada PT. Wahana Sugitera Sukabumi?

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1.2.2.1 Bagaimana Kualitas produk merek Datsun pada PT. Wahana Sugi terra ?

1.2.2.2 Bagaimana Citra merek yang ditentukan pada PT. Wahana Sugi terra?

1.2.2.3 Bagaimana Keputusan pembelian pada PT. Wahana Sugi terra?

1.2.2.4 Seberapa besar pengaruh Kualitas produk dan Citra merek terhadap Keputusan pembelian pada PT. Wahana Sugi terra?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1.3.1.1 Untuk mengetahui Kualitas produk pada PT. Wahana Sugi terra Sukabumi.

1.3.1.2 Untuk mengetahui Citra merek yang ditentukan pada PT. Wahana Sugi terra Sukabumi.

1.3.1.3 Untuk mengetahui Keputusan pembelian pada PT. Wahana Sugi terra Sukabumi.

1.3.1.4 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas produk dan Citra merek terhadap PT. Wahana Sugi terra Sukabumi

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan serta adanya gambaran untuk mengembangkan ilmu manajemen Pemasaran khususnya perilaku konsumen berdasarkan teori-teori yang ada, yang dalam hal ini berkenaan dengan Kualitas produk, Citra merek dan Keputusan pembelian. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu penerapan ilmu yang diperoleh pada program studi Administrasi Bisnis.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan diantaranya adalah:

1.3.2.2.1 Bagi Peneliti

Merupakan sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan ilmu pemasaran dan mengetahui pengaruh merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara langsung pada sebuah perusahaan.

1.3.2.2.2 Bagi Perusahaan

Merupakan masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang..

1.3.2.2.3 Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi yang ingin melakukan penelitian dalam konsentrasi ilmu administrasi bisnis terutama di bidang manajemen Pemasaran dan diharapkan dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan Kualitas produk , Citra merek dan Keputusan pembelian atau atau permasalahan yang sama.