

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Nissan Motor Co. Ltd., atau disingkat Nissan, adalah perusahaan otomotif terbesar kedua di Jepang setelah Toyota dan merupakan salah satu dari tiga pesaing Asia di Amerika Serikat. Meskipun demikian, Nissan pernah berada dalam kondisi krisis pada akhir tahun 90-an. Nissan telah berkali-kali melakukan restrukturisasi dengan pimpinan dari internal perusahaan. Namun, usaha tersebut tidak mampu menyelamatkan Nissan dari kondisi krisis, sehingga pada akhirnya langkah terobosan pun diambil. Proses aliansinya dengan Renault (perusahaan otomotif Prancis), telah menyelamatkan Nissan dari kebangkrutan. Renault, dengan tokoh utamanya Carlos Ghosn, telah berhasil menghasilkan keuntungan bagi Nissan dan membangkitkan Nissan dari keterpurukannya melalui langkah-langkah radikal yang diambil.

Datsun adalah merek mobil yang dimiliki oleh Nissan Motor Company. Datsun digunakan sebagai merek dari kendaraan Nissan yang diekspor tahun 1958 sampai 1986. Pada tahun 2013, Datsun diluncurkan kembali sebagai merek mobil murah Nissan. Nama ini dibuat pada tahun 1931 oleh DAT Motorcar Co. untuk model baru mobil mereka dengan nama Datsun. Pada tahun 1933, setelah Nissan Motor Company mengontrol DAT Motorcar Co., namanya kembali diganti menjadi Datsun.

Setelah hampir 30 tahun mati suri, merek mobil Datsun berhembus kembali. Nissan melahirkan Datsun dengan sebagai bagian dari strategi global mereka. Tepatnya pada bulan Maret 2012, Nissan Company mengumumkan hadirnya Datsun di Indonesia. Nissan Motors Company bukan sekadar menghadirkan kembali merek Datsun yang hampir tiga dekade menghilang dari pasar Indonesia, tetapi berharap bisa menarik konsumen Indonesia. Nissan yang belum memiliki produk mobil murah, mereka membuat langkah diversifikasi dengan menghadirkan merek Datsun untuk memberikan *line up* mobil murah kepada konsumen Indonesia, dengan tujuan untuk bersaing dengan pabrikan lain yang memiliki mobil murah.

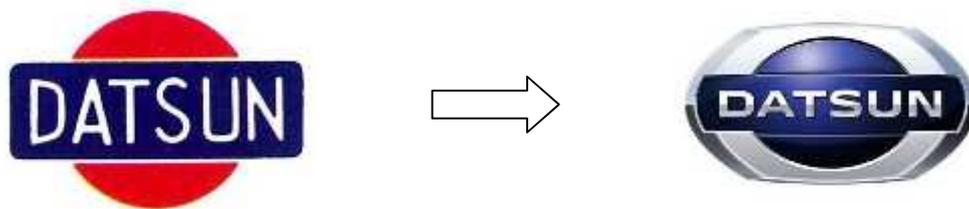
Kembalinya Datsun bukan diawali oleh mobil apa yang harus diluncurkan, tetapi dimulai dari orang-orang yang kami sebut sebagai risers. Risers muda yang tinggal di pasar perekonomian dengan pertumbuhan yang tinggi. Mereka menunggu satu kesempatan yang akan mendorong karir dan masa depannya. Untuk para risers muda ini, mobilitas adalah

akses baik fisik maupun sosial menuju banyak peluang. Mereka berhak atas merek mereka pribadi. Oleh karena itu, Datsun kembali dan terbit, sebagai badge of the risers.

Merek Datsun berdiri pada saat awal pembangunan mobil di Jepang. Datsun berevolusi menjadi sebuah produsen kendaraan yang dikenal *Durable* (Tangguh), *Attractive* (Menarik) dan *Trustworthy* (Terpercaya). Lebih dari 20 juta kendaraan Datsun telah terjual di 190 negara selama lebih dari 50 tahun. Datsun merupakan merek yang diminati oleh konsumen khususnya untuk para risers muda.

### 1.1.1 Logo Perusahaan

Berikut logo dari Datsun adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1**

***Revolusi Logo Datsun di Tahun 2012***

Sumber: <http://datsun.co.id//> , 28 September 2018

Datsun merupakan unit bisnis dari Perusahaan Nissan Motor Indonesia. Berikut logo perusahaan Nissan Motor Indonesia adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.2**

***Logo Perusahaan Nissan Motor Company***

Sumber: <http://nissan.co.id//> , 28 September 2018

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Berikut dibawah ini Visi dan Misi Perusahaan Nissan Motor Indonesia adalah sebagai berikut :

Visi :

Menjadi perusahaan retail otomotif yang handal dan kompeten dalam hal kualitas pelayanan dan kepedulian terhadap pelanggan di Indonesia

Misi :

1. Menjual produk Nissan di Indonesia melalui seluruh cabang dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi
2. Meningkatkan kualitas SDM, Organisasi dan Teknologi Informasi secara berkesinambungan
3. Menumbuh kembangkan semangat falsafah profit dan harmoni

### **1.1.3 Strategi Perusahaan**

Tingkat persaingan yang ketat mendorong pelaku industri otomotif di Indonesia harus memutar otak untuk mengerek tingkat penjualan. Strategi menjadi hal penting bagi sebuah produsen untuk terus diingat dan menjadi pilihan konsumen. PT, Nissan Motor Indonesia (NMI), sebagai salah satu produsen mobil di Indonesia mempunyai strategi tersendiri dalam meningkatkan pangsa pasarnya yaitu dengan mengeluarkan unit bisnis terbarunya lewat Datsun.

Di awal tahun 2013, pemerintah menerapkan segmentasi mobil baru yaitu mobil murah atau mobil Low Cost Green Car (LCGC). Penerapan segmen tersebut ternyata sangat diminati di Indonesia. Beberapa perusahaan mobil pun memanfaatkan kesempatan tersebut, salah satunya adalah Nissan Motor Indonesia. Datsun merupakan unit bisnis dari PT. Nissan Motor Indonesia yang diciptakan untuk membuat segmen mobil versi murah dari produk Nissan. Datsun datang dan menggebrak di segmen Low Cost Green Car (LCGC) sebagai mobil termurah di Indonesia. Ada dua produk yang diluncurkan Datsun, Go dan Go+ Panca. Kedua produk Datsun ini hadir dengan harga yang relatif terjangkau.

### **1.1.4 Jenis-Jenis dan Harga Produk Datsun**

Setelah beberapa tahun menghilang di pasar Indonesia Datsun hadir kembali dengan kerjasama pada Nissan Motor Indonesia, untuk memperkuat eksistensinya kembali, dengan menghadirkan dua mobil, yaitu Datsun GO dan Datsun GO+ Panca untuk para risers muda di Indonesia.

Datsun GO+ merupakan mobil yang diperuntukkan untuk keluarga, dengan akselerasi yang mengesankan dan konsumsi bahan bakar yang efisien, interior yang luas dengan tiga baris kursi dan *leg room* yang luas, memberikan kenyamanan untuk keluarga dan teman-teman, mobil ini dirancang untuk menemani gaya hidup yang sebenarnya.

Datsun GO+ memiliki desain eksterior yang modern dengan garis yang kuat, serta juga lengkung roda yang bagus, Datsun GO+ adalah standar baru dalam hal desain. Sedangkan pada Interior Datsun GO+ tampil rapi dan praktis, dengan detail menyeluruh yang menunjukkan kualitasnya. Interior yang dimiliki elegan dengan garis pada *dashboard* yang modern, serta penempatan tuas persneling pada panel instrumen yang mudah dijangkau dari roda kemudi, kemudian ditambah desain *handle* pintu yang modern sehingga menambah lengkap terobosan inovasi pada interior Datsun GO+.

Tidak hanya kelas mobil LCGC saja, Datsun juga mengeluarkan produk flagshippednya yaitu Datsun Cross. Pada awal tahun 2018, merilis sebuah mobil bernama Datsun Cross yang merupakan mobil berjenis crossover. Mobil ini sebenarnya sudah cukup lama menjadi sebuah rumor yang berkembang di dunia otomotif Indonesia. Meskipun merupakan bentuk pengembangan dari generasi pendahulunya tetapi Datsun Cross ini tetap bisa memposisikan pada jajaran atau segmen yang berbeda dari varian sebelumnya.

Berikut dibawah ini harga dari produk-produk Datsun adalah sebagai berikut:

**TABEL 1.1**

**Harga Produk Datsun**

| No | Varian Datsun GO+   | Harga           |
|----|---------------------|-----------------|
| 1. | Datsun GO+ D        | Rp. 94.600.000  |
| 2. | Datsun GO+ A        | Rp. 102.300.000 |
| 3. | Datsun GO+ A Option | Rp. 102.800.000 |
| 4. | Datsun GO+ T        | Rp. 109.850.000 |
| 5. | Datsun GO+ T Option | Rp. 112.850.000 |
| 6. | Datsun GO+ T Style  | Rp. 118.450.000 |
| 7. | Datsun Cross M.T.   | Rp. 165.000.000 |
| 8. | Datsun Cross A.T.   | Rp. 177.500.000 |

*Sumber:* Data Penulis yang telah Diolah, 28 September 2018

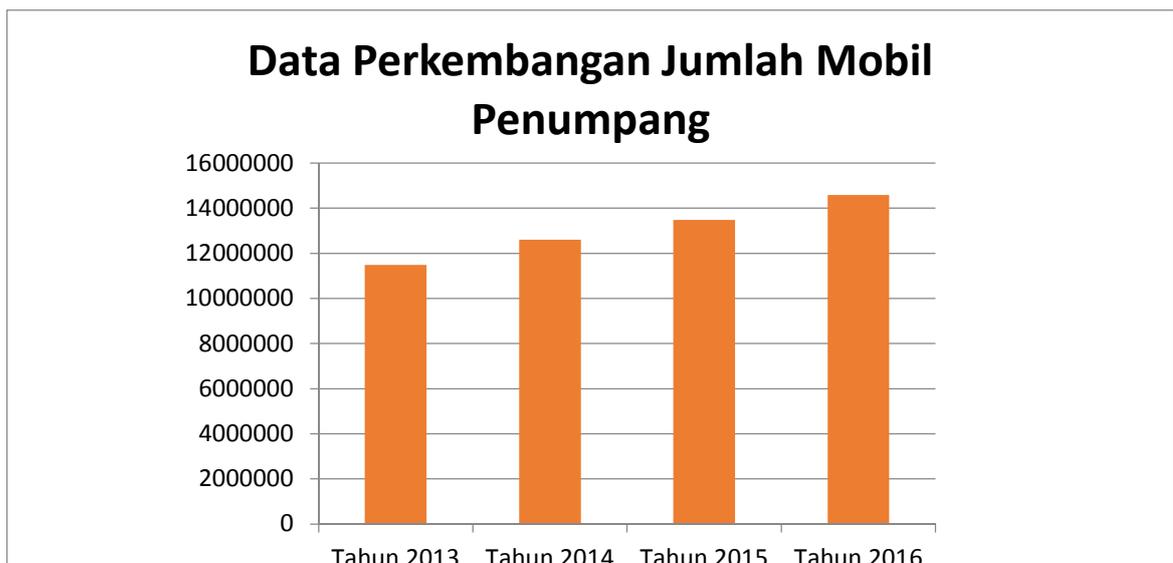
## 1.2 Latar Belakang

Transportasi adalah alat pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan. Saat ini berbagai jenis alat transportasi telah tersedia baik itu alat transportasi darat, air maupun udara yang menawarkan kebutuhan dan kenyamanan masing-masing. Dengan berjalannya era globalisasi dan modernisasi, sarana transportasi pun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Saat ini, perkembangan transportasi menjadi suatu gaya hidup serta tuntutan kebutuhan masyarakat.

Mobil merupakan salah satu alat transportasi yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat karena dengan adanya mobil seseorang dapat berpergian kesuatu tempat dengan nyaman dan terlindungi dari cuaca yang tidak bersahabat seperti hujan atau panas terik matahari. Selain itu mobil penumpang pun memiliki banyak ragam jenis sesuai kebutuhan seperti mobil berjenis *SUV*, *MPV*, *City Car*, *Hatchback*, *Crossover*, *LCGC* atau *Low Cost Green Car* dan lain-lain.

Di Indonesia transportasi berupa mobil penumpang sangatlah diminati. Dengan berbagai alasan seperti dari pemenuhan kebutuhan sehari-hari hingga sebagai sarana ajang gengsi, produsen mobil penumpang di Indonesia pun dicari-cari dan keberadaan mobil penumpang pun menjadi suatu pangsa pasar yang sangat menjanjikan di Indonesia. Terbukti dengan adanya Data Perkembangan Jumlah Mobil Penumpang di Indonesia yang ada dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Data Perkembangan Jumlah Mobil Penumpang**



Sumber: Badan Pusat Statistik, 1 Oktober 2018

Dapat dilihat dari data diatas, pada tahun 2013 jumlah mobil penumpang tercatat mencapai 11.484.514 unit. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan pada tahun sebelumnya hingga mencapai 12.599.038 unit. Pada tahun 2015 mengalami kenaikan pada tahun sebelumnya hingga mencapai 13.480.793 unit. Pada tahun 2016 juga mengalami kenaikan hingga mencapai 14.580.666 unit. Dari data diatas terbukti perkembangan jumlah mobil penumpang selalu meningkat di tiap tahunnya. Hal tersebut pun dapat diartikan permintaan mobil di Indonesia sangatlah tinggi. Kebutuhan konsumen akan adanya alat transportasi mobil di Indonesia pun nyata adanya. Minat beli konsumen yang tinggi dalam industri mobil ini membuat beragam perusahaan produsen mobil berlomba-lomba menawarkan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Beragam jenis mobil yang ditawarkan perusahaan pun menyesuaikan kebutuhan dari konsumen sendiri, mulai dari beberapa aspek seperti mengutamakan kemewahan, aspek kenyamanan dan keselamatan hingga konsumen yang menginginkan mobil dengan harga yang murah.

Salah satu mobil yang paling di minati di pasar Indonesia adalah mobil dengan harga yang murah atau biasa disebut dengan mobil segmen *Low Cost Green Car* (LCGC). Saat ini hadirnya mobil LCGC menjadi segmentasi mobil baru dengan ketertarikan yang tinggi bagi keluarga Indonesia yang ingin memiliki mobil yang nyaman dengan harga yang terjangkau, (<https://www.mobilipo.com//>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2018).

Mobil LCGC atau *Low Cost Green Car* merupakan jenis mobil murah dan ramah lingkungan yang dijual di Indonesia dengan dibawah Hukum Peranturan Perintah nomor 41 Tahun 2013, yaitu dengan memberi ketentuan kepada produsen perusahaan mobil yang ingin masuk dalam segmen ini harus memenuhi beberapa kriteria mobil antara lain hemat energi, hemat pemakaian bahan bakar, harga beli terjangkau, serta harus mencerminkan produk Indonesia berupa logo maupun model, (<https://www.kelebihanmotor.com//>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2018). Beberapa produsen mobil pun memanfaatkan kesempatan minat yang tinggi dari segmentasi mobil murah atau mobil LCGC ini. Berikut daftar *brand* perusahaan beserta produk yang ada di dalam segmen mobil LCGC di Indonesia :

**Tabel 1.3**

**Daftar Produk Mobil LCGC di Indonesia**

| No. | Perusahaan | Produk Mobil LCGC      |
|-----|------------|------------------------|
| 1   | Toyota     | Toyota Agya            |
|     |            | Toyota Calya           |
| 2   | Daihatsu   | Daihatsu Alya          |
|     |            | Daihatsu Sibra         |
| 3   | Datsun     | Datsun GO              |
|     |            | Datsun GO Panca        |
| 4   | Suzuki     | Suzuki Karimun Wagon R |
| 5   | Honda      | Honda Brio             |

*Sumber:* Data Penulis yang Diolah, 15 Oktober 2018.

Datsun adalah merek mobil asal Jepang yang juga merupakan salah satu pemain segmentasi Mobil LCGC di Indonesia. Berawal pada tahun 2013 dimana nama Datsun muncul di Pasar Global setelah 30 tahun dimatikan, kehadiran Datsun mampu mencuri perhatian pasar industri mobil dengan mendapatkan respon yang cukup positif. Terbukti dengan Data Penjualan Datsun di Indonesia dari GAIKINDO atau Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia Tahun 2014, Datsun mampu menjual total sebanyak 23 ribu unit. Dan di tahun 2015, penjualan Datsun meningkat hingga mencapai 26.700 unit. Pencapaian Datsun ini hanya mengandalkan dua mobilnya, yakni model *Multi Purpose Vehicle* (MPV) pada Datsun GO+ dan model *hatchback* pada Datsun GO. <https://sumber.viva.com/>, diakses pada tanggal 15 Oktober 2018.

Namun, kesuksesan Datsun di Indonesia yang awalnya hanya membidik pasar otomotif mobil murah atau mobil LCGC saja dengan dua produk nya yaitu Datsun Go dan Datsun Go Panca yang berada di kelas mobil murah atau mobil LCGC, membuat konsumen mengenal brand Datsun sebagai mobil cap murah, (<https://cnnindonesia.com/> , diakses pada tanggal 15 Oktober 2018). Menurut Eiichi Kioto selaku Presiden Direktur Nissan Motor Indonesia menyatakan bahwa, Datsun menyadari setelah 4 tahun setelah keluarnya Datsun di tahun 2013 awalnya hanya menyediakan mobil dengan segmen mobil murah atau Mobil LCGC. Namun, Datsun dapat mensiasati masalah tersebut dengan mengeluarkan produk baru nya di awal tahun 2018 kemarin yaitu dengan Datsun Cross.

Datsun Cross merupakan produk paling terbaru dari Datsun yang telah dirilis di awal tahun 2018 oleh Nissan Motor Indonesia yang merupakan strategi Datsun dalam melakukan perubahan *brand image* Datsun yang dianggap konsumen sebagai perusahaan mobil cap murah, (<https://cnnindonesia.com//> , diakses pada tanggal 15 Oktober 2018). Datsun mengkonfirmasi bahwa produk terbarunya yaitu Datsun Cross bukan lagi masuk dalam segmen Mobil Murah atau LCGC melainkan masuk dalam kategori *Crossover*. Tidak seperti produk Datsun sebelumnya, Datsun Cross dibekali dengan fitur yang jauh lebih banyak dengan salah satu fitur paling canggih nya yaitu VDC atau *Vehicle Dynamics Control* yang di klaim satu satunya mobil dengan harga di bawah 180 juta yang memiliki fitur ini. Datsun Cross juga mentransformasi produk barunya dengan interior dan eksterior yang berbeda dari produk sebelumnya. Tidak hanya perubahan model saja, Datsun juga mementingkan keselamatan berkendara dengan beberapa fitur keselamatan yaitu ABS (*Auto Brake System*), *Brake Assist* dan *Auto Headlight*. Datsun Cross pun hadir dengan 2 pilihan jenis transmisi yaitu transmisi manual dan transmisi CVT. Dengan beberapa perubahan keunggulan diatas sangat menjelaskan bahwa Datsun telah melakukan transformasi produknya agar meyakinkan masyarakat bahwa Perusahaan Datsun tidak hanya sekedar produk di segmen mobil *Low Cost Green Car* atau mobil murah saja. <https://carmudi.com//> , diakses pada tanggal 18 Oktober 2018

Faktanya, kemunculan Datsun Cross di Indonesia yang di klaim perusahaan sebagai transformasi Datsun dalam upaya melepas cap mobil murah ini kurang diminati di Indonesia. Terbukti dari Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor atau GAIKINDO, Datsun Cross sempat gemilang di awal peluncurannya di bulan Maret 2018 dengan total penjualan sebesar 2.223 unit. Namun di bulan-bulan berikutnya penjualan Datsun Cross sangatlah buruk dengan hanya menjual 13 unit di bulan Maret, 7 unit di bulan Mei, dan 5 unit di bulan Juni. <https://oto.detik.com//> , diakses pada tanggal 18 Oktober 2018. Sehingga dapat disimpulkan Datsun Cross tidak menunjukkan tren positif bagi minat beli konsumen di Indonesia. Beberapa alasan kurangnya minat beli Datsun disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya adalah Harga.

Datsun Cross merupakan transformasi Datsun Go yang di klaim menjadi generasi baru mobil dengan segmen *Compact Crossover*. Dengan beberapa fitur yang jauh dibanding Datsun sebelumnya, berikut dibawah ini adalah Harga dari Datsun Cross di Indonesia :

**Datsun Cross**  
Ubah Mobil

★★★★☆ 5 Review

Rp161,49 - Rp173,99 Juta **HARGA CROSS**  
Perkiraan Harga di Jakarta Selatan

Dapatkan promo eksklusif, diskon & kredit bunga rendah dari dealer resmi **LIHAT PAKET DISKON**

**Spesifikasi Cross**

|                |         |                          |        |
|----------------|---------|--------------------------|--------|
| Tempat Duduk   | 7 Kursi | Kantong Udara Pengemudi  | Ya     |
| Mesin          | 1198 cc | Anti Lock Braking System | Ya     |
| Tenaga         | 67 hp   | Ground Clearance         | 200 mm |
| Power steering | Ya      |                          |        |

**Gambar 1.3**

**Harga Mobil Datsun Cross**

Sumber : <http://oto.com//> . 18 Oktober 2018

Dari gambar diatas menyatakan bahwa Datsun Cross dibandrol dengan harga Rp.161.490.000 hingga Rp.173.990.000. Dari harga Datsun Cross yang ditetapkan diatas beberapa konsumen menyatakan kurang berminat membeli Datsun Cross karena harganya yang terlalu mahal. Terbukti dari hasil survey yang dilakukan <https://liputan6.com//> pada tanggal 14 Januari 2018 yang mengadakan polling otomotif mengenai pendapat konsumen mengenai Harga Datsun Cross yang di banderol di atas 150 juta yang ada di bawah ini :

**TABEL 1.4**

**Hasil Polling dari Harga Datsun Cross**

| No. | Pernyataan | Hasil |
|-----|------------|-------|
| 1.  | Mahal      | 74%   |
| 2.  | Sesuai     | 20%   |
| 3.  | Murah      | 6%    |

(Sumber : <https://liputan6.com/otomotif//>, 18 Oktober 2018)

Dari hasil polling diatas menyatakan bahwa dari 450 lebih responden yang mengisi polling tentang Harga Datsun Cross, 74% responden menyatakan bahwa harga Datsun Cross terlalu mahal, 20 % responden menyatakan bahwa harga Datsun Cross sesuai dan 6%

responden menyatakan harga Datsun Cross murah. Hal ini menyatakan bahwa Harga dari Datsun Cross dianggap terlalu tinggi di benak pelanggan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:313) menerangkan bahwa *price is the amount of money charged for a product or service, or the sum of the values that customers exchange for the benefits of having or using the product or service*. Definisi tersebut mengartikan bahwa harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Namun, penetapan harga suatu produk maupun jasa sangat berpengaruh dalam minat beli konsumen. Seharusnya Datsun menyikapi masalah ini untuk mensukseskan penjualan produknya karena harga Datsun Cross yang dianggap terlalu mahal membuat konsumen berfikir dua kali dalam memutuskan suatu keputusan suatu keputusan pembelian.

Menurut Eiichi Kiyoto selaku Presiden Direktur PT. Nissan Motor Indonesia menyatakan bahwa harga Datsun Cross sudah sangat *valuable* dengan apa yang didapatkan konsumen. Harga Datsun Cross ditawarkan sesuai dengan penambahan fitur keselamatan seperti *airbag*, penambahan fitur *entertainment* yaitu *head unit* layar sentuh serta desain yang sangat menarik dengan tampilan ala *Crossover* yang tangguh dan gagah (<http://jambi.tribunnews.com>, diakses pada tanggal 10 Januari 2019).

Harga Datsun Cross yang dipatok mulai dari 160 jutaan pun lebih tinggi jika dibandingkan dengan pesaingnya dalam kelas *compact crossover* yang sama yaitu Suzuki Ignis yang dipatok mulai dari Rp.141.000.000 (<http://otomotif.tempo.com> , diakses pada tanggal 10 Januari 2019). Namun Eiichi Kioto menyatakan bahwa, harga jual dari Datsun Cross cukup kompetitif untuk kondisi pasar Indonesia saat ini jika dibandingkan dengan kompetitor dengan kelas *compact crossover* yang sama yaitu Suzuki Ignis serta memiliki nilai dengan segmentasi tersendiri jika dibandingkan dengan *brand* lain seperti Honda, Toyota, Mitshubishi dan lain-lainnya (<http://jambi.tribunnews.com> , diakses pada tanggal 10 Januari 2019).

Transformasi Datsun yang telah dilakukan dalam produknya yaitu Datsun Cross pun juga sangat ditunggu-tunggu bagi beberapa konsumen. Hal tersebut dikarenakan jauh sebelum Datsun Cross diluncurkan, dalam acara Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) tahun 2016 Datsun telah mengumumkan konsep dari Mobil Datsun yang sangat menarik peserta yang ikut serta dalam acara berupa pameran tersebut. Konsep Datsun Cross yang di presentasikan dalam acara GIIAS di tahun 2016 tersebut merupakan perubahan total dari produk-produk Datsun sebelumnya. Datsun Cross menjadi Crossover pertama Datsun dengan tampilan yang jauh lebih berkelas dari 2 model sebelumnya yaitu Datsun Go dan Datsun Go Plus. Dari konsep mobil Datsun Cross yang telah dipresentasikan dalam acara GIIAS pada tahun 2016 tersebut sangat dinanti-nanti dan dianggap menjadi harapan baru Datsun Indonesia, (<http://mobil123.com//> , 18 Oktober 2018.) Berikut gambar dibawah ini Konsep Datsun Cross yang di presentasikan dalam acara GIIAS Tahun 2016 adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.4**

***Presentasi Konsep Datsun Cross di GIIAS Tahun 2016***

Sumber : <https://oto.com/otomotif//>, 18 Oktober 2018

Namun kenyataannya berbeda. Pada tahun 2018 tepatnya pada tanggal 21 Januari 2018 konsumen Indonesia dikecewakan atas peresmian peluncuran Datsun Cross di Indonesia dalam acara *World Premier* Datsun Cross. Datsun Cross versi produksi ternyata mempunyai tampilan jauh berbeda dengan versi konsep yang telah dipresentasikan pada acara GIIAS di tahun 2016 silam. Menurut <https://.mobil123.com//> pada tanggal 20 Agustus 2016, mobil123 yang telah menyaksikan langsung *World Premier* atau debut dunia dari Datsun Cross menyatakan sangat kecewa setelah melihat produk secara langsung Datsun Cross yang telah diproduksi dan siap dijual sangat berbeda dengan *Mobil Concept* yang telah diumumkan pada

tahun 2016. Berikut dibawah ini adalah gambar perbedaan Datsun Cross Concept dengan Datsun Cross Produksi adalah sebagai berikut:



*Gambar 1.5*

*Perbedaan Datsun Cross Concept dan Datsun Cross Produksi*

Sumber: <https://www.mobil123.com//> 18 Oktober 2018

Dapat dilihat dari gambar diatas perbedaan dari Datsun Cross Concept dengan Datsun Cross Produksi. Datsun Cross versi diproduksi memiliki perbedaan yang sangat signifikan dari versi konsepnya yang jauh sebelumnya telah di umumkan. secara kasat mata tentu bisa langsung dibandingkan dan jelas ini beda kelas. Kemiripan sekilas hanya bisa dilihat ketika melihatnya secara vertikal saat melihatnya lurus dari depan (<https://www.mobil123.com//> , pada tanggal 18 Oktober 2018). Perbedaan tersebut juga sangat terlihat jika dilihat dari bagian samping serta bagian belakang. Berikut dibawah ini perbedaan Datsun Cross Concept dengan Datsun Cross Produksi dilihat dari samping dan dari belakang adalah sebagai berikut:



*Gambar 1.6*

*Perbedaan Datsun Cross Concept dan Datsun Cross Produksi dari Samping dan Belakang*

Sumber: <https://mobil123.com//> 18 Oktober 2018

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa perbedaan yang terlihat jelas jika dicermati dari samping dan juga dari belakang. Hal tersebut membuat opini seakan-akan Datsun Cross

merupakan sebuah Datsun Go+ Panca facelift atau telah mendapat sentuhan modifikasi. Perbandingan antara Datsun Cross produksi ini tentunya berbeda jauh jika dibandingkan dengan versi konsepnya. Terlihat sekali proporsi dimensi dan tarikan garis versi konsep tampak jauh lebih menarik, (<https://mobil123.com//> , diakses pada tanggal 18 Oktober 2018).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:254) “*developing a product or service involves defining the benefits that it will offer. These benefits are communicated and delivered by product attributes such as quality, features, and style and design.*” Artinya pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, serta gaya dan desain.

Dari bukti perbandingan Datsun Cross Concept dan Datsun Cross Produksi yang berbeda menyatakan bahwa Atribut Produk Datsun Cross kurang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Atribut produk dari mobil konsep Datsun Cross yang dinilai sangat dinanti-nanti pun tidak sesuai dengan Datsun Cross yang telah di rilis. Atribut Produk juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:255), ada tiga indikator atribut produk dari sudut pandang konsumen, yaitu adalah dari kualitas produk, fitur produk dan desain produk. Berikut atribut produk dari Datsun Cross yang dilansir dari website Datsun <http://datsun.co.id> menurut dimensinya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Atribut Produk Pada Mobil Datsun Cross**

| <b>Dimensi Atribut Produk</b>   |  |  |
|---|--|--|
| Kualitas Produk   | Fitur Produk   | Desain Produk  |
| <p><i>The all-new</i> Datsun Cross hadir dengan teknologi terkini yang menghasilkan performa yang lebih ekspektasi Anda untuk kenyamanan, keselamatan, dan keyakinan dalam berkendara. (<a href="http://datsun.co.id">http://datsun.co.id</a> , diakses pada tanggal 12 Januari 2019)</p> | <p><i>The all-new</i> Datsun Cross dilengkapi fitur-fitur pintar dan teknologi mobilitas terkini, memastikan kenyamanan bagi Anda dan keluarga saat berkendara. (<a href="http://datsun.co.id">http://datsun.co.id</a> , diakses pada tanggal 12 Januari 2019)</p> | <p>Dengan <i>All-new</i> Datsun Cross yang tampil tangguh dan didesain modern, saatnya berkendara lebih percaya diri. (<a href="http://datsun.co.id">http://datsun.co.id</a> , diakses pada tanggal 12 Januari 2019)</p> |

Sumber: <http://datsun.co.id>, diakses pada tanggal 12 Januari 2019

Dalam penelitian ini juga dilakukan survey terkait harga dan atribut produk Datsun Cross menurut masyarakat yang mengetahui mobil Datsun Cross yang dilakukan kepada 30 responden dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.6**  
**Hasil Survey tentang Harga, Atribut Produk dan Minat Beli pada Mobil**  
**Datsun Cross**

| No                             | Pernyataan  | Ya     |        | Tidak  |        |
|--------------------------------|---|--------|--------|--------|--------|
|                                |   | Jumlah | %      | Jumlah | %      |
| <b>Variabel Harga</b>          |   |        |        |        |        |
| 1                              | Harga Datsun Cross sesuai dengan Daya Beli Masyarakat                               | 18     | 60%    | 12     | 40%    |
| 2                              | Harga Datsun Cross Sesuai dengan Kualitas yang didapatkan                           | 12     | 40%    | 18     | 50%    |
| 3                              | Harga Datsun Cross cukup murah dibanding dengan kompetitor lain                     | 19     | 63.33% | 11     | 36.66% |
| 4                              | Harga Datsun Cross sesuai dengan manfaat yang didapatkan                            | 16     | 53.33% | 14     | 46.66% |
| <b>Variabel Atribut Produk</b> |   |        |        |        |        |
| 1                              | Datsun Cross memiliki kualitas produk yang baik                                     | 10     | 33.33% | 20     | 66.66% |
| 2                              | Datsun Cross memiliki fitur yang baik   | 15     | 50%    | 15     | 50%    |
| 3                              | Datsun Cross memiliki desain yang menarik   | 13     | 43%    | 17     | 57%    |
| <b>Variabel Minat Beli</b>     |   |        |        |        |        |
| 1                              | Saya Mengetahui bahwa Datsun Cross termasuk dalam kategori <i>Compact Crossover</i> | 24     | 80%    | 6      | 20%    |
| 2                              | Saya merasa Datsun Cross adalah mobil yang sesuai untuk saya                        | 10     | 33.33% | 20     | 66.66% |
| 3                              | Saya ingin membeli Datsun Cross   | 8      | 26.66% | 22     | 73.33% |
| 4                              | Saya mau membeli Datsun Cross   | 5      | 16.66% | 25     | 83.33% |

*Sumber* : Data Penulis yang diolah, 1 Desember 2018

Dari hasil survey penelitian kepada 30 orang yang mengetahui mobil Datsun Cross pada tanggal 1 Desember 2018, menunjukkan hasil pra survey mengenai Harga, Atribut Produk dan Minat Beli mobil Datsun Cross yang ditujukan kepada masyarakat yang mengetahui mobil Datsun Cross. Dari hasil pra-survey tersebut pada variabel harga, konsumen menyatakan bahwa harga Datsun Cross cukup sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen walaupun harga Datsun Cross tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan. Hal ini dapat membuktikan bahwa menurut masyarakat yang mengetahui Datsun Cross sebenarnya tidak ada permasalahan dalam Harga dari mobil Datsun Cross.

Menurut pra-kuesioner yang telah disebar, pada variabel atribut produk menyatakan ketidaksesuaian manfaat yang didapat dari Mobil Datsun Cross. Hal ini membuktikan bahwa menurut masyarakat yang mengetahui Datsun Cross terdapat permasalahan dalam atribut produk dari mobil Datsun Cross.

Dari pra-kuesioner diatas, Datsun Cross mempunyai permasalahan dalam atribut produk dari Datsun Cross yang seharusnya diperhatikan, walaupun dari segi harga cukup sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut hasil pra-kuesioner diatas, membuktikan bahwa variabel minat beli dari Datsun Cross sangat tidak sesuai atau sangat rendah. Konsumen cenderung kurang berminat untuk membeli produk Datsun Cross tersebut.

Faktanya, menurut <https://ortizaku.com/> yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2018 menyatakan bahwa atribut produk mobil Datsun Cross dinilai sudah cukup baik. Mulai dari penyematan Fitur Produk seperti fitur keselamatan dan kemanan hingga fitur *multimedia entertainment* yang cukup lengkap, Desain Produk yang cantik seperti perubahan total interior dan eksterior yang mirip *Sporty SUV* kelas menengah serta perubahan Kualitas Produk yang sangat jauh dari produk-produk Datsun sebelumnya.

Menurut Mowen dalam Ariyanti & Iriani (2014), mengatakan bahwa niat beli adalah penentuan dari pembeli untuk melakukan suatu tindakan seperti membeli suatu produk dan jasa. Niat itu sendiri merupakan gabungan dari kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk dan jasa.

Berdasarkan penelitian terdahulu, variabel Harga & Atribut Produk dapat berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan pengaruh Harga dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen adalah sebagai berikut:

Rinrin Karina Rakhmawati (2017), menyatakan bahwa *Store Atmosphere*, *Product Assortment* dan Harga memiliki pengaruh terhadap minat beli sedangkan Gromy Anggriawan Budhy Prabowo (2013) menyatakan bahwa Produk dan Harga berpengaruh terhadap minat beli.

Rievky Tri Kusumawardhana (2016), serta Susi Evanita & Okki Trinanda (2017) menyatakan bahwa atribut produk juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pengaruh harga Datsun Cross yang menurut konsumen mahal serta atribut produk Datsun Cross yang menurut konsumen kurang sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

Oleh karena itu, peneliti menentukan judul dalam penelitian ini, yaitu **“PENGARUH HARGA DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOBIL DATSUN CROSS TAHUN 2018”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Harga di Datsun Cross?
2. Bagaimana Atribut Produk di Datsun Cross?
3. Bagaimana Minat Beli Datsun Cross?
4. Bagaimana Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Datsun Cross Secara Parsial?
5. Bagaimana Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Datsun Cross Secara Simultan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan Observasi terkait perumusan masalah sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Harga dari Datsun Cross
2. Untuk Mengetahui Atribut Produk dari Datsun Cross?
3. Untuk Mengetahui Minat Beli Datsun Cross
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Datsun Cross Secara Parsial
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Datsun Cross Secara Simultan

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan masukan bagi pihak Datsun.

### **1.5.2 Aspek Akademis**

- a. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah di S1 Administrasi Bisnis dan menambah pengetahuan penulis mengenai Harga dan Harapan Pelanggan dimana penulis mencoba untuk menganalisis Pengaruh Harga dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Mobil Datsun Cross
- b. Bagi Pembaca Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pembaca dalam bidang pemasaran khususnya untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Atribut Produk terhadap minat beli mobil Datsun Cross dan memberikan referensi untuk penulis yang lainnya.

### **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai obyek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan