

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Suzuki Indonesia merupakan perusahaan yang menjalankan bisnisnya dibidang industri otomotif, Suzuki memproduksi, memasarkan, mempromosikan motor, mobil dan motor tempel (outboard- motor) serta memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggan Suzuki dan memelihara suku cadang yang tersebar hampir di seluruh Indonesia.



Gambar 1.1 Logo Suzuki

Suzuki mulai memproduksi mobil di Indonesia sejak tahun 1970, mobil pertama yang di produksi Suzuki di Indonesia yaitu pick-up dan fronte, tahun 1977-1979 Suzuki kembali memproduksi mobil terbarunya yaitu super carry dan jimmy. Hampir lima puluh tahun Suzuki terus menambah keragaman dari produknya untuk memenuhi kebutuhan dari masyarakat Indonesia

Suzuki Indonesia telah memberikan kontribusi untuk bangsa dan masyarakat dengan memberikan produk-produk bermanfaat bagi perkembangan bangsa. Pelayanan profesional dibidang pemasaran produk dan jasa pelayanan juga menjadi komitmen utama kami untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggan setia Suzuki. Saling

percaya dan menghormati merupakan nilai yang kami tanam dalam setiap kerja sama yang dijalani antara karyawan, pemasok, dealer-dealer diseluruh Indonesia.

1.1.2 Jenis-Jenis Produk Mobil Suzuki Indonesia

Suzuki memiliki beragam jenis mobil yang di pasarkan di Indonesia mulai dari mobil keluarga hingga mobil untuk mengangkut barang, di Indonesia sendiri ada dua belas jenis mobil yang dipasarkan oleh Suzuki antara lain:

Tabel 1.1 Jenis- Jenis Mobil Suzuki

NO	Tipe Mobil	Harga
1	All New Ertiga	Rp.201.000.000
2	All New Ertiga Suzuki Sport	RP.246.000.000
3	Karimun Wagoon R	Rp.115.500.000
4	Karimun Wagoon R GS	Rp.137.500.000
5	APV New Luxury	Rp.228.000.000
6	APV Arena	Rp.154.500.000
7	Ignis	Rp.161.000.000
8	Ignis Sport Edition	Rp.171.000.000
9	New SX4 S-Cross	Rp.284.000.000
10	Baleno	Rp.218.000.000
11	Jimmy	Rp.340.500.000
12	New Carry Pick-Up	Rp.138.600.000

Sumber: Suzuki Indonesia (2019)

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

Menjadi perusahaan terkemuka di dalam Suzuki Global Operation yang dihargai dan dikagumi di Indonesia.

MISI

Kami menginginkan pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan yang berimbang berdasarkan azaz kerja keras, integritas dan kebersamaan untuk selalu mencapai hasil lebih baik dalam mendahului harapan pelanggan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pabrik industri saat ini sangat diminati oleh banyak orang selain membuka lapangan kerja bagi para pengangguran, pabrik industri menjadi tujuan bagi para pendatang dari luar daerah, kabupaten/kota yang menjadi salah satu tujuan para

pendatang untuk mendapatkan pekerjaan yaitu kabupaten karawang hal ini dibuktikan oleh Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Karawang Yudi yudiawan mengatakan bahwa populasi pendatang mencapai enam puluh persen (60%) dari keseluruhan jumlah penduduk Karawang sedangkan empat puluh persen (40%) sisanya merupakan penduduk asli, hal ini menyebabkan kepadatan penduduk dan populasi kendaraan di kabupaten karawang yang terus meningkat (Farhan, 2018).

Salah satu faktor masuknya para pendatang di Karawang yaitu tingkat upah minimum kabupaten/kota (UMK) yang besar menjadi daya tarik pendatang untuk mendapatkan pekerjaan, saat ini UMK terbesar dipegang oleh kabupaten Karawang dan kota Bekasi sebagai UMK terbesar di Indonesia, UMK kabupaten karawang mencapai Rp4.234.010 atau meningkat dari tahun 2018 yang mencapai Rp3.919.29 (okefinance, 2018). Menurut KlitAlamat.com (2018) jumlah pabrik industri otomotif dan komponen manufaktur di karawang mencapai enam puluh (60) pabrik yang berada di karawang. Banyaknya pabrik industri menambah aktivitas manusia yang semakin padat, kepadatan penduduk dan banyaknya alat transportasi menjadi penyebab kemacetan yang dihadapi semua negara di dunia (Ali & Abidin, 2019).

Kepala Dinas Perhubungan Kabupaten Karawang, Arief Bijaksana Maryugo mengatakan bahwa Pemkab Karawang menutup secara permanen tiga perputaran (U-turn) sepanjang jalan pantura untuk mengurangi kemacetan yang setiap harinya cukup padat, tingkat kemacetan cukup tinggi menyebabkan kemacetan sejauh dua kilometer (Winarsih & Murdaningsih, 2018). Transportasi menjadi salah satu penyebab kemacetan di karawang dan media bagi masyarakat untuk beraktivitas seperti roda dua atau empat yang berbahan bakar bensin maupun solar untuk menjalankan aktivitas (Muziansyah *et al.*, 2015).

Produksi industri otomotif di Indonesia terus menambah kapasitasnya, hal ini didorong dengan adanya target produksi mencapai 2,6 juta unit pada tahun 2020 (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia, 2016). Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2018) menyatakan saat ini kinerja penjualan otomotif dalam negeri sedang mengalami peningkatan dengan masuknya program *Low Cost Green Car*

(LCGC) pada tahun 2013 yang membuat penjualan meningkat dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 penjualan mobil mengalami penurunan dibandingkan penjualan di tahun 2018 hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pasar seperti masa Pemilihan Umum (Pemilu), Pemilihan Presiden (Pilpres) dan dampak dari perang dagang. Siklus ini memang membuat market menurun, namun kali ini sepertinya memiliki dampak lebih besar dan berkepanjangan (Ekarina, 2019)

Tabel 1.2 Penjualan Mobil 2018-2019

Tahun Penjualan Mobil	Total Penjualan/Tahun
Januari - Juli 2018	661.125
Januari - Juli 2019	570.331

Sumber: Gabungan Industri Kendaraan Bermotor

Persaingan mobil segmen LCGC mengalami peningkatan, karena produsen mobil Honda melalui Brio Satya berhasil menjadi yang terlaris pada persaingan penjualan mobil pada oktober 2018 (Priambodo, 2018). Program Mobil LCGC dibuat oleh pemerintah pada tahun 2013 bagi konsumen yang ingin memiliki mobil tetapi dengan biaya yang terbatas, mobil LCGC memiliki aturan tertentu salah satunya dengan kapasitas mesin 980-1200cc dengan konsumsi BBM minimal 20 km/liter (Rayanti, 2018a). LCGC menjadi produk ramah lingkungan yang menggunakan lebih sedikit energi, memiliki karbon dioksida yang lebih rendah emisi, dapat didaur ulang, atau karakteristik lain yang bagus untuk lingkungan (Lee *et al.*, 2015). Kualitas produk *green car* memiliki ukuran yang sudah ditentukan seperti tenaga mesin, berat mobil, jarak tempuh, dan ukuran mobil, hal ini bertujuan untuk mengurangi emisi karbon dioksida dan pengefisienan bahan bakar (Konishi & Zhao, 2017).

Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (2019) menyatakan bahwa salah satu program untuk meningkatkan pasar LCGC dengan menawarkan uang muka nol persen yang diperkirakan mampu meningkatkan penjualan. Keputusan pembelian mobil seperti LCGC/produk ramah lingkungan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor intrinsik seperti konsumen yang ingin mengurangi emisi karbondioksida, dan

kepentingan pribadi seperti biaya rendah dan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan (Kumar & Ghodeswar, 2014).

Tabel 1.3 Penjualan LCGC tahun 2018

Produsen Mobil	Total Penjualan
Toyota Calya	59.244
Daihatsu Siga	46.222
Honda Brio	42.648
Toyota Agya	26.936
Daihatsu Ayla	24.967

Sumber: detikOto (2018)

Mobil LCGC yang paling diminati oleh konsumen di tahun 2018 yaitu mobil keluaran *brand* Toyota dengan kapasitas tujuh kursi atau lebih dikenal dengan Toyota Calya mobil ini mampu menembus 59.244 unit penjualan di tahun 2018, untuk LCGC lima kursi dipegang oleh produk keluaran dari brand Honda dengan mobil Honda Brio dengan penjualan 42.648 unit selama tahun 2018 (Rayanti, 2018b). Berdasarkan tabel 1.4 dan tabel 1.5 mobil LCGC keluaran Suzuki yaitu karimun wagon menjadi mobil yang kurang diminati oleh konsumen selama tahun 2018 dengan penjualan yang paling sedikit dibandingkan dengan mobil LCGC lainnya.

Menurut Julia (2019) penjualan mobil Suzuki karimun di karawang tidak cukup beruntung seperti mobil LCGC dari para pesaingnya, Suzuki karimun menjadi mobil LCGC yang kurang diminati oleh masyarakat karawang hal ini dibuktikan dengan penjualan mobil Suzuki karimun pada dealer mobil Suzuki di karawang yaitu Restu Mahkota Karya (RMK) yang sangat sedikit.

Tabel 1.4 Data Penjualan Suzuki Karimun di Karawang

Tahun Penjualan Mobil	Total Unit Terjual
Januari 2019	4
Februari 2019	1
Maret 2019	2
April 2019	0
Mei 2019	9
Juni 2019	0
Juli 2019	1
Agustus 2019	0
Total Penjualan	17

Sumber: Dealer Mahkota Karya Karawang (2019)

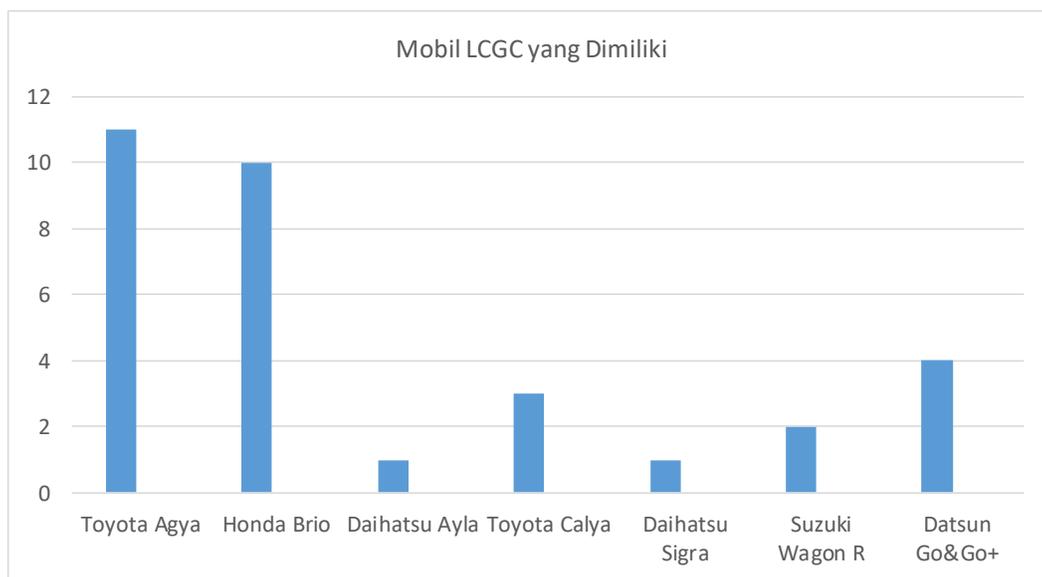
Iriadi & Yohana (2016) memberikan kriteria konsumen dalam memilih sebuah mobil LCGC dibagi menjadi mutu (harga, merek), kualitas produk (kapasitas mesin, irit bbm) dan fasilitas penunjang (keamanan, keselamatan dan desain). Merek merupakan nama yang digunakan mendeskripsikan sebuah produk atau jasa dari produk-produk pesaing (Malau, 2017:51). Sementara itu harga merupakan hal yang sensitif bagi konsumen yang dapat memberikan pengaruh yang relatif dalam mempertimbangkan keputusan pembelian (Sangadji & Sopiah, 2013:330). Selain merek dan harga, kualitas produk merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, Kotler & Armstrong (2012:254) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan alat penting dalam pemasaran seperti kinerja dan layanan yang berdampak pada nilai dan kepuasan konsumen.

Menurut Istiyanto & Nugroho (2016) bahwa brand image harus mewakili seluruh karakteristik pada suatu produk baik internal ataupun eksternal yang mampu mempengaruhi bagaimana sebuah merek dapat dirasakan oleh target pasar atau pelanggan. Hasil penelitian pendahulu oleh Rumengan *et al.* (2015) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, yang artinya bahwa konsumen akan membeli ketika mereka melihat dari merek yang sudah dikenal dipasaran dan kualitas produk memiliki pengaruh penting terhadap keputusan pembelian, kualitas yang bagus akan lebih mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Konsumen ketika melakukan pembelian akan mempertimbangkan kualitas produk sebagai pertukaran uang yang digunakan konsumen untuk membeli sebuah produk (Weenas, 2013). Sampai saat ini kualitas produk merupakan cara jitu bagi perusahaan untuk dapat menaikkan nilai produk di mata konsumen, dimana hal tersebut akan sangat berdampak pada keputusan pembelian (Rasyid & Indah, 2018).

Harga merupakan hal sensitif dalam proses pemasaran, konsumen biasanya akan memperhatikan harga yang lebih rendah dengan kualitas produk yang sama (Istiyanto & Nugroho, 2016). Rumengan *et al.* (2015) berpendapat bahwa harga tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan bahwa konsumen lebih

cenderung melihat merek dan kualitas produk. Selain harga keputusan pembelian merupakan hal yang kompleks, pembelian biasanya terkait dengan perilaku, persepsi dan sikap konsumen dan perilaku pembelian adalah poin utama bagi konsumen mengakses dan mengevaluasi produk tertentu (Mirabi *et al.*, 2015). Kualitas produk dan harga jual menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan pembelian, namun kualitas produk menjadi faktor yang lebih penting dalam melakukan pembelian (Li *et al.*, 2013). Keputusan pembelian mobil seperti LCGC/produk ramah lingkungan dipengaruhi oleh dua faktor seperti konsumen yang ingin mengurangi emisi karbondioksida, dan kepentingan pribadi seperti biaya rendah dan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan (Kumar & Ghodeswar, 2015).

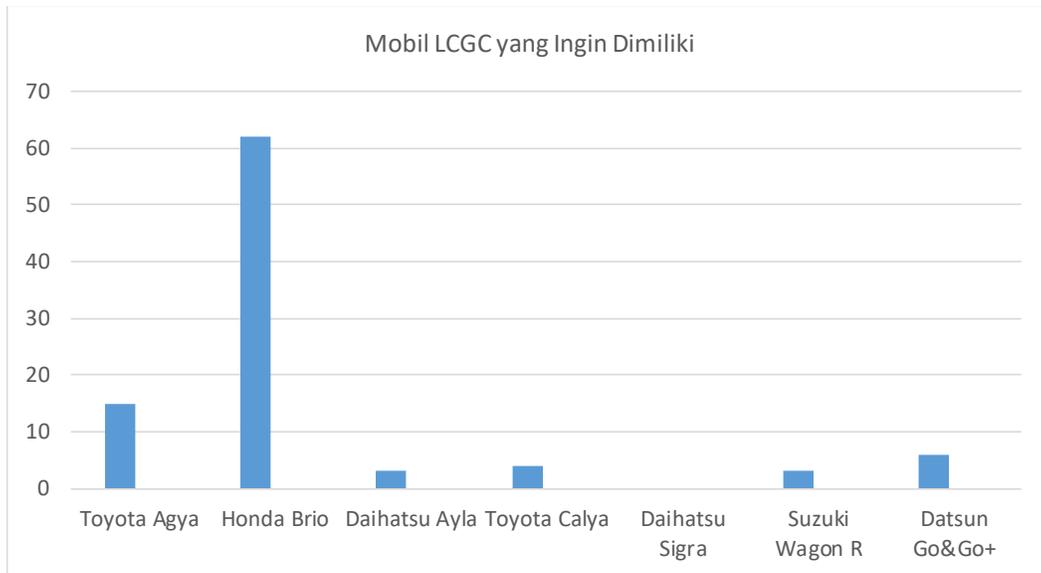
Peneliti pernah menyebarkan kuisisioner sebagai penelitian awal untuk mengetahui minat konsumen terhadap mobil LCGC dengan kriteria merek, kualitas produk, dan harga sebagai pertimbangan konsumen dalam membeli mobil LCGC. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebar oleh penulis, terdapat 125 responden yang memperoleh data seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan responden.



Gambar 1.2 Grafik Mobil LCGC yang Dimiliki

Sumber: Hasil Olahahan Kuisisioner Penulis

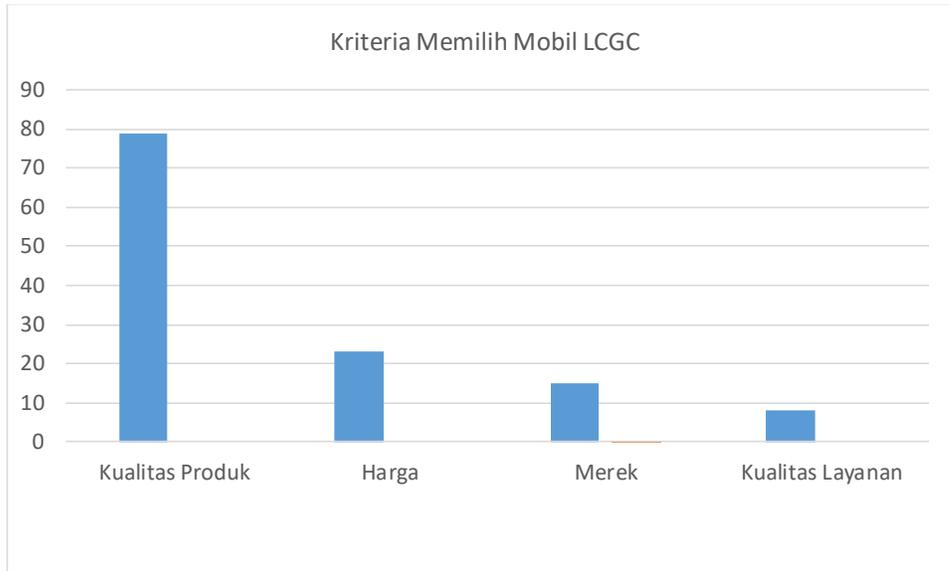
Kepemilikan mobil LCGC berdasarkan kuisisioner yang disebar oleh penulis terdapat 32 orang responden yang memiliki mobil LCGC, dari grafik di atas mobil LCGC yang paling banyak dimiliki yaitu Toyota Agya dengan jumlah pemilik 11 dan yang paling sedikit yaitu Daihatsu Ayla dan Daihatsu Sigra dengan 1 pemilik.



Gambar 1.3 Grafik Mobil LCGC yang Ingin Dimiliki

Sumber: Hasil Olahahan Kuisisioner Penulis

Sebanyak 93 responden yang ingin memiliki mobil LCGC dari hasil kuisisioner yang telah disebar, 62 responden dari 93 responden memilih Honda Brio sebagai mobil LCGC yang ingin dimiliki, peringkat kedua ada Toyota Agya dengan 15 responden dan peringkat terakhir ada Daihatsu Sigra dengan 0 responden.



Gambar 1.4 Grafik Kriteria Memilih Mobil LCGC

Sumber: Hasil Olahahan Kuisisioner Penulis

Kualitas produk menjadi pertimbangan utama responden dalam membeli mobil LCGC berdasarkan kuisisioner, hasil kuisisioner menunjukkan kualitas produk merupakan kriteria yang paling banyak dipilih oleh konsumen dalam melakukan pembelian mobil LCGC, terdapat 79 responden dari 125 responden yang memilih kualitas produk dalam melakukan keputusan pembelian mobil LCGC.

Melihat dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengambil suatu topik yang membahas kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya objek yang akan dibahas oleh penulis mengenai pasar mobil *Low Cost Green Car* (LCGC). maka penulis akan berusaha untuk mengetahui tentang kualitas produk mobil LCGC terhadap keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Mobil LCGC”**.

1.3 Rumusan Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, transportasi menjadi salah satu faktor utama masyarakat dalam melaksanakan setiap aktivitasnya. Persaingan industri otomotif di Indonesia yang semakin meningkat dengan masuknya program mobil Low

Cost Green Car (LCGC) yang menyebabkan persaingan antara produsen mobil semakin tinggi sehingga perusahaan diharuskan memenuhi keinginan konsumen. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat perusahaan memenuhi keinginan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil kuisioner awal yang disebar oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui kriteria yang dijadikan acuan dalam membeli produk seperti merek, harga dan kualitas produk. Dari ketiga kriteria tersebut konsumen lebih mementingkan kualitas produk sebagai acuan membeli mobil LCGC dan berdasarkan data yang didapat oleh peneliti mobil LCGC yang kurang diminati oleh konsumen yaitu mobil Suzuki Karimun.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga dari sudut pandang Konsumen?
2. Apakah Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) memiliki hubungan terhadap Keputusan Pembelian (Y)
3. Apakah Merek (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)?
4. Apakah Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
5. Apakah Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sudut pandang konsumen terhadap citra merek/ kualitas produk dan harga
2. Merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini menguji model yang sama untuk penelitian terdahulu untuk diujikan pada objek penelitian yang berbeda dan memberikan gambaran kepada pihak perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dalam melakukan

keputusan pembelian berdasarkan merek, kualitas produk serta harga terhadap pembelian mobil Suzuki Karimun di Karawang.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika yang digunakan dalam penulisan ini akan dirinci satu persatu sebagai berikut:

BAB I

Pendahuluan, bab ini membahas tentang latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II

Tinjauan pustaka, bab ini berisikan tentang teori pengaruh merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III

Metode penelitian, bab ini diuraikan tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas dan reabilitas dan teknik analisis data dan hipotesis.

BAB IV

Hasil penelitian diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian, menyajikan hasil penelitian, membahas analisis dari hasil penelitian yang diawali dengan analisis data, penarikan kesimpulan dan membandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

BAB V

Menyajikan kesimpulan berdasarkan jawaban dari pertanyaan peneliti, yang kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.