

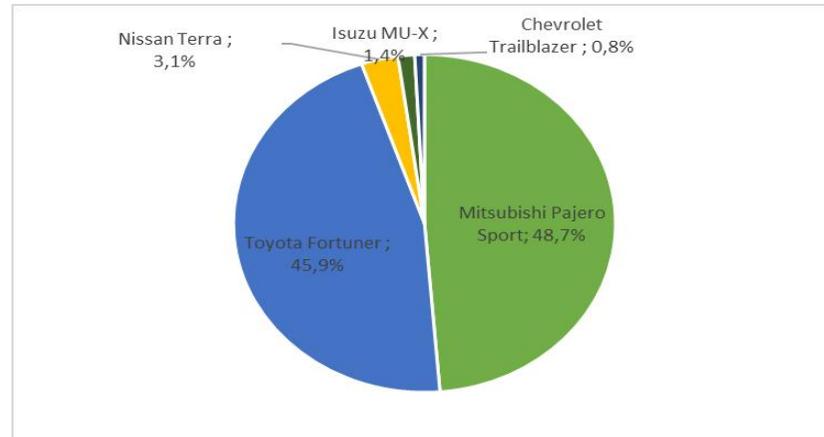
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kondisi pasar kendaraan bermotor sedang tidak baik, bahwa kendaraan bermotor pada tahun 2019 cenderung menurun. Penurunan penjualan kendaraan bermotor tersebut dipengaruhi oleh melambatnya pertumbuhan ekonomi tiga tahun belakangan ini dari 5,17% di tahun 2018 menjadi 5,02% di tahun 2019. Selain perlambatan pertumbuhan ekonomi, adanya pandemi covid-19 juga turut menyumbang penurunan jumlah penjualan kendaraan bermotor. Namun demikian, adanya kondisi new normal serta rasio kepemilikan kendaraan bermotor roda empat bisa di rangsang.

Banyak jenis mobil yang beredar di industri otomotif Indonesia dan terdapat lima jenis mobil populer di Indonesia yaitu mobil *Multipurpose Vehicle* (MPV), mobil *City Car*, mobil Sedan, mobil *Double Cabin* dan mobil *Sport Utility Vehicle* (SUV). Pasar otomotif tiga tahun belakangan ini mulai giat meluncurkan beberapa model kendaraan Sport Utility Vehicle (SUV) merupakan mobil yang paling diminati setelah model kendaraan keluarga atau *Multipurpose Vehicle* (MPV). Berikut ini grafik 1.1 *market share* merek mobil SUV di Indonesia Tahun 2019.

**Grafik 1.1****Market Share Merek Mobil SUV Di Indonesia Tahun 2019**

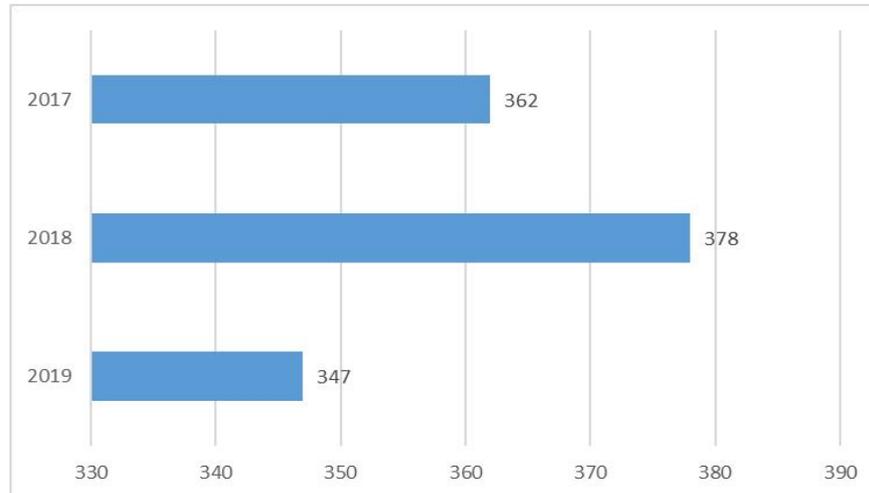
Sumber : <https://uzone.id>, 2020

Berdasarkan grafik 1.1 mengenai *market share* merek mobil SUV di Indonesia tahun 2019, bahwa terdapat beberapa merek mobil SUV yang bergerak di industri otomotif Indonesia yaitu. Mitsubishi Pajero Sport berada di posisi ke pertama yang memiliki *market share* mobil SUV tertinggi di Indonesia sebesar 48,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Mitsubishi Motors memiliki peluang pasar yang cukup tinggi di pasar otomotif di Indonesia

Pajero Sport merupakan keluaran dari Mitsubishi Motors Corporation asal jepang yang memproduksi kendaraan terutama mobil. Mitsubishi Motors Corporation didirikan pada tanggal 22 April 1870 dan merupakan salah satu perusahaan di bawah bendera Mitsubishi Group. Mitsubishi Pajero Sport pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2009 sampai tahun 2020 memiliki sedikitnya 6 varian yaitu 2, New Mitsubishi Pajero Sport Exceed 4x2, Mitsubishi Pajero Sport GLS 4X2, Mitsubishi Pajero Sport GLX 4X4, dan New Mitsubishi Pajero Sport V6 Gasoline, New Mitsubishi Pajero Sport Dakar 4x dan New Mitsubishi Pajero Sport Dakar 4x4. Salah satu cabang resmi penjualan mobil Pajero Sport berada di Bandar Lampung. Berikut ini garfik 1.2 data penjualan mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung tahun 2017 – 2019.

**Garfik 1.2**

### Data Penjualan Mobil Mitsubishi Pajero Sport Di Bandar Lampung Tahun 2017 – 2019



Sumber : PT. Lautan Berlian Utama Motor Bandar Lampung, 2020

Berdasarkan grafik 1.2 mengenai data penjualan mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung tahun 2017-2019, penjualan mobil Mitsubishi Pajero Sport pada tahun 2019 sebanyak 347 unit di Bandar Lampung, jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya penjualan Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan belum maksimal. Sangat penting mengetahui faktor apa yang dapat yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada suatu produk.

Fitriana (2019) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya. Rahmi (2018) menyatakan bahwa tiga hal yang penting dalam memahami model keputusan pembelian konsumen yaitu dengan adanya model, pandangan terhadap perilaku konsumen bisa dilihat dalam perspektif yang terintegrasi, model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk pengembangan strategi pemasaran yang efektif dan model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk segmentasi dan positioning.

Beyhaki (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapannya, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, kualitas dan produk. Ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, berdasarkan beberapa riset terdahulu didapatkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebagai berikut penelitian Fitriana, Sudodo & Hakim (2019) harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, penelitian Supangkat (2017) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, penelitian Nugroho, Suharyono, & Sunarti (2018) atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Praditya, & Rachmi (2017) gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung, dilakukan pra survey terhadap 30 responden yang telah membeli mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung mengenai alasannya mobil Mitsubishi Pajero Sport dan didapat beberapa alasan sebagai berikut,

**Tabel 1.1**  
**Alasan Konsumen Membeli Mobil Mitsubishi Pajero Sport**

Alasan	Jumlah	Persentase
Atribut Produk	13	43%
Gaya hidup	8	27%
Harga	3	10%
Citra Merek	6	20%
Total	30	100%

Sumber : Pra Survei, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 alasan konsumen membeli mobil Mitsubishi Pajero Sport, dari 30 responden, persentase tertinggi konsumen beralasan membeli Mitsubishi Pajero Sport, dikarenakan membeli Mitsubishi Pajero Sport memiliki atribut yang baik sebesar 43% dan gaya hidup sebagai alasan kedua konsumen untuk membeli Mitsubishi Pajero Sport sebesar 27%. Oleh karena itu Mitsubishi Motors harus memperhatikan atribut produk dan gaya hidup sebagai faktor yang diduga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Atribut produk merupakan unsur- unsur penting dari produk dan menjadi dasar konsumen melakukan penilaian pada sebuah produk, Produk tidak hanya sekedar diproduksi untuk memenuhi kebutuhan fungsional, namun juga produk diproduksi untuk memuaskan kebutuhan sosial dan psikologi dari konsumen sehingga produk yang menghadirkan berbagai atribut produk yang berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen dapat mendorong keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Amrillah (2016) menyatakan bahwa atribut produk merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Beyhaki (2017) atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Atribut produk sangat penting diperhatikan oleh perusahaan, karena peningkatan produk tentunya didukung oleh beberapa atribut produk, diantaranya kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Beberapa atribut produk tersebut

dianggap sangat penting oleh perusahaan, karena selain dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang konsumen inginkan, maka atribut tersebut secara langsung dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan inovasi produknya baik kualitas desain dan fitur. Amrillah (2016) menyatakan bahwa faktor yang harus diperhatikan dalam membangun atribut produk meliputi kompatibilitas (compatibility), kemampuan untuk diujicoba (trialability) kecepatan (speed), kesederhanaan (simplicity) dan manfaat relatif (relative advantage) dan Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Beyhaki, & Yulianto (2017) menunjukkan bahwa variabel atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil. Peneliti mendapat informasi melalui situs resmi Mitsubishi Motor di Lampung terkait atribut produk yang ada pada mobil Mitsubishi Pajero Sport. Berikut ini tabel 1.2 mengenai atribut produk mobil Mitsubishi Pajero Sport .

**Tabel 1.2**  
**Atribut Produk Mitsubishi Pajero Sport**

<b>Tipe Mobil</b>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Fitur Produk</b>	<b>Desain Produk</b>
Pajero Dakar Limited Hi- Power 4x2	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Multi around view monitor</li> <li>✓ Rise body</li> <li>✓ ASTC (active stability &amp; Traction Control)</li> <li>✓ Off-road mode</li> <li>✓ ABS dengan EBD</li> <li>✓ Radius putaran minimum 5,6 meter</li> <li>✓ Penaklukan segala medan</li> <li>✓ TSA (trailer stability assist)</li> <li>✓ HSA (hillstart assist)</li> <li>✓ Super select WD</li> <li>✓ Kunci bertegnologi kios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sunroof</li> <li>✓ Roof Monitor</li> <li>✓ Premium entertainment dengan sistem navigasi</li> <li>✓ Pengatur kursi elektrik</li> <li>✓ Dual zone auto AC</li> <li>✓ Pendingin udara di baris penumpang</li> <li>✓ Senso kendaraan tak terlihat</li> <li>✓ Sensor engerem otomatis</li> <li>✓ Kontrol kecepatan saat menurun</li> <li>✓ Sensor kecepatan adaptif</li> <li>✓ Sensor stop otomatis</li> <li>✓ Rem parkir listrik</li> <li>✓ Tombol start-stop mesin</li> <li>✓ Airbag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desain kemudi berbahan kulit</li> <li>✓ Bagasi yang luas</li> <li>✓ Lampu belakang LED</li> <li>✓ Spoiler Sporty</li> <li>✓ Spion lipat otomatis dengan lampu sein</li> <li>✓ Washer lampu depan</li> <li>✓ Roof rail</li> <li>✓ Desain depan berkonsep dynamic shield</li> <li>✓ Mempunyai 5 pilihan warna : <ul style="list-style-type: none"> <li>• White pearl</li> <li>• Black Mica</li> <li>• Titanium Grey Metalic</li> <li>• Deep Bronze Metalic</li> <li>• Sterling Silver</li> </ul> </li> </ul>
Pajero GLX M/T 4x4	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2477 cc, PS, Diesel DOHC Commonrail Turboharged and ntercooled, 5 tranmisi percepatan</li> <li>✓ 4 silinder in - Line</li> <li>✓ Transmisi 4 x 4 WD (GLX)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Stylish Head Lamp Modern</li> <li>✓ MID 1 Din AM/FM, CD Player (MP3) with USB port</li> <li>✓ Digital Panel Bensin</li> <li>✓ Airbag</li> <li>✓ Electric Spion Mirror</li> <li>✓ Sensor Parking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dashboard Elegant</li> <li>✓ Steer Lebih Modern</li> <li>✓ Panel meter berlapis chrome</li> <li>✓ AC bangku kedua dan ketiga</li> <li>✓ Mempunyai 5 pilihan warna : <ul style="list-style-type: none"> <li>• White pearl</li> <li>• Black Mica</li> <li>• Titanium Grey Metalic</li> <li>• Deep Bronze Metalic</li> <li>• Sterling Silver</li> </ul> </li> </ul>
Pajero Exceed Limited A/T 4x2	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2477 cc, 136 PS,</li> <li>✓ Diesel DOHC</li> <li>✓ Commonrail Turboharged and intercooled</li> <li>✓ 5 tranmisi percepatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Stylish Head Lamp Modern</li> <li>✓ Digital Panel Bensin</li> <li>✓ Airbag</li> <li>✓ Electric Spion Mirror</li> <li>✓ Chrome Front Grill</li> <li>✓ LCD Touch Screen 2 din MID, GPS, AM/FM, DVD &amp; CD Player (MP3), Bluetooth</li> <li>✓ Audio Switch In Steering</li> <li>✓ Sensor Parking + Camera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dashboard Elegant</li> <li>✓ Steer Lebih Modern</li> <li>✓ Panel meter berlapis chrome</li> <li>✓ AC bangku kedua dan ketiga</li> <li>✓ Mempunyai 5 pilihan warna : <ul style="list-style-type: none"> <li>• White pearl</li> <li>• Black Mica</li> <li>• Titanium Grey Metalic</li> <li>• Deep Bronze Metalic</li> <li>• Sterling Silver</li> </ul> </li> </ul>

Sumber : <https://www.lautanberlian.co.id/>, 2020

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai atribut produk Mitsubishi Pajero Sport, Tabel diatas menerangkan atribut produk yang dimiliki dari Mitsubishi Pajero Sport, meliputi kualitas, fitur, dan desain dari produk. Mitsubishi Motors menerus melakukan peningkatan atribut produk untuk memenuhi kebutuhan khususnya mobil Mitsubishi Pajero Sport konsumennya di Bandar Lampung.

Selain atribut produk, gaya hidup seseorang dapat berdampak pada keputusan pembelian, berdasarkan (tribunnews, 2020) kendaraan bermotor bukan hanya sekedar alat transportasi yang berfungsi sebagai kendaraan diperlukan untuk memudahkan pekerjaan manusia dalam berpindah dan memindahkan barang, namun kendaraan bermotor sudah berevolusi menjadi bagian dari gaya hidup seseorang. Membeli mobil dengan merek-merek terkenal dan harga yang mahal selalu dilandasi dengan motif-motif tertentu dan sesuai dengan pertimbangan pribadi. Karena tiap konsumen dalam memiliki mobil tidak lagi hanya Indonesia sekedar mengejar fungsi, tapi juga untuk mendukung citra pribadi. Kehidupan modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku konsumen dalam pembelian, Praditya (2017) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan konsumen sebagai pola aktivitas, minat, dan pendapat konsumen yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya.

Fitriana (2019) menyatakan bahwa gaya hidup yaitu bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka, gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup merupakan sebuah perilaku penting yang harus diperhatikan oleh produsen jika ingin meningkatkan penjualan, Karena setiap konsumen memiliki gaya hidup yang berbeda dan cenderung dipengaruhi lingkungan sekitarnya. Gaya hidup yang berbeda akan menentukan produk mana yang akan dibeli. Beberapa faktor yang harus diperhatikan produsen mengenai gaya hidup. Menurut Amstrong Dalam Jumantini, (2017) yaitu faktor internal yang terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, motif dan persepsi, faktor eksternal yang terdiri dari

kelompok referensi, keluarga kelas sosial dan kebudayaan, faktor gaya hidup ini akan berdampak pada keputusan pembelian dan hal ini didukung oleh Ariyanto (2016) menyatakan bahwa dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian .

Mitsubishi Pajero Sport tergolong sebagai speciality goods (barang khusus) yaitu dimana harga barang tidak menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembeli dan Pajero Sport merupakan mobil yang gagah, desain yang mewah sekaligus sporty, Pajero Sport dipasarkan untuk target pasar kalangan atas, pajero sport ini sedikit unik karena kalangan ini seringkali membeli sesuatu berdasarkan gaya hidup hal ini menunjukkan bahwa konsumen membeli Mitsubishi Pajero Sport untuk meningkatkan citra pribadi konsumen, Hal ini pun didukung dengan hasil pra survei bahwa gaya hidup merupakan salah satu alasan kedua konsumen untuk membeli Mitsubishi Pajero Sport di bandar lampung sebesar 27%. Berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini mencoba mengkaji mengenai pengaruh atribut produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung dan manfaat dari penelitian ini untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini mencoba mengkaji mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menguji dengan variabel atribut produk dan gaya hidup, melihat fenomena yang terjadi di atas maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN GAYA HIDUP BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PAJERO SPORT DI BANDAR LAMPUNG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung ?
3. Apakah atribut produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung ?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah atribut produk, gaya hidup dan keputusan pembelian.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kota Bandar Lampung

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2020 sampai selesai.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan**

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi atribut produk, gaya hidup dan keputusan pembelian

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk literatur perpustakaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan serta diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen

### **1.5.2 Bagi Institusi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika & Bisnis Daramajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi pemasaran

### **1.5.3 Bagi Perusahaan**

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan sebagai bahan informasi dan masukan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai target penjualan yang ditentukan oleh perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

## **1.6 Sistem Penulisan**

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan kedalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang di teliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data . variabel penelitian. operasional variable. teknik analisis data. uji persyaratan instrument. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

### **Bab V Simpulan dan Saran**

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran Lampiran**