

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Diera globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional (domestik) maupun di pasar internasional atau global, dan dalam perkembangannya mobil kelas SUV ( Sport Utility Vhecile ) di indonesia sangat di terima di masyarakat khususnya pria karna mobil ini memiliki tampilan yg gagah dan mewah oleh sebab itu perusahaan perusahaan yang memboyong mobil kelas ini terus menerus mengeluarkan terobosan terobosan terbaru demi untuk bersaing di kelasnya. akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, sampai pada keputusan untuk membeli produk tersebut. Konsumen memiliki banyak pilihan sebeum melakukan pembelian, tak terkecuali untuk mobil yang mana sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pilihan yang semakin banyak ini membuat banyak konsumen dapat menentukann pilihannya akan suatu produk dalam hal ini adalah mobil yang dapat membuat konsumen tersebut membeli dan loyal terhadap produk tersebut. Salah satu industri yang tumbuh pesat sampai saat ini adalah industri otomotif, perkembangannya ditunjang dengan bertambah luasnya sarana jalan, peningkatan pendapatan masyarakat yang meningkat menempatkan mobil bukan lagi untuk golongan menengah keatas. Kenyataan ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh produsen mobil dengan mengeluarkan

berbagai jenis dan merek yang dikeluarkan di Indonesia. dengan sendirinya kendaraan yang dipasarkan mampu memikat minat konsumen.

Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung sebagai dealer Toyota mencoba memberikan suatu pelayanan yang telah ditentukan oleh Toyota, sehingga membentuk suatu produk yang berkualitas, bukan hanya dari pelayanan tetapi secara keseluruhan. Produk mobil merek Toyota yang dipasarkan oleh Auto 2000 memiliki kelebihan dan ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kendaraan jenis lain. Minat masyarakat dalam menggunakan kendaraan khususnya merek Toyota inilah yang menjadikan para dealer penyedia produk mobil berlomba-lomba menghasilkan produk berkualitas yang diminati konsumen dengan berbagai keunggulan produknya masing-masing. Hal ini telah menjadi kebijaksanaan pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang dipasarkan dapat meraih pangsa pasar yang luas.

Salah satu produk unggulan PT. Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung adalah Toyota Fortuner dimana produk dari toyota ini memiliki pesaing utama yaitu pajero sport. Image mobil mewah dan mobil berkelas terdapat pada dua produk ini khususnya pada produk Mitshubishi pajero dimana Mitshubishi memang di kenal dengan kendaraan yang mewah dan berkelas. Mitshubishi pajero memiliki lebih banyak varian sehingga mejadi salah satu ancaman dalam penjualan toyota fortuner karena konsumen memiliki banya pilihan sebelum melakukan keputusan pembelian.

Dilihat dari kualitas dan pencapaian prestise toyota fortuner terhadap pesaingnya yaitu pajero sport berada pada kualitas yang lebih rendah, maka dari itu, tujuan untuk meningkatkan produk tertutama bentuk, tipe, serta daya tahan, dan merek yang dipasarkan harus dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Kebijakan produk juga dilakukan dalam menghadapi kejenuhan dari suatu jenis maupun tipe produk dan olehnya itu diadakan pembaharuan model, maupun kapasitas yang dimiliki jenis produk tersebut.

PT. Auto 2000 sebagai salah satu pendistribusi kendaraan toyota di lampung, yang bertempat di Jl. Raden Intan 61A, Tanjung Karang, Bandar Lampung. Dalam hal penjualan di tahun 2015 persentasenya tidak terlihat adanya peningkatan yang signifikan akan tetapi ada kecenderungan fluktuatif yang cenderung menurun dari presentase penjualannya, salah satu alasan penyebab dari terjadinya kondisi fluktuatif itu sendiri adalah suatu penambahan peningkatan penguatan merek tidak terjadi, karena rendahnya kontribusi bauran promosi dalam mempengaruhi citra merek produk tersebut, maka persentase pertumbuhan penjualan produk mobil Toyota Fortuner pada PT. Auto 2000 Bandar lampung mengalami fluktuatif. Dapat dilihat dari tabel penjualan mobil fortuner selama tahun 2015

**Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Fortuner dan Pajero Tahun 2015  
(Dalam Unit)**

<b>Tahun</b>	<b>Fortuner (unit)</b>	<b>Pajero (unit)</b>
Januari	18	20
Februari	23	25
Maret	19	22
April	22	24
Mei	25	28
Juni	22	23
Juli	27	22
Agustus	19	20
September	17	23
Oktober	18	24
November	15	27
Desember	16	25
Jumlah	241	283

*Sumber : PT. Auto 2000 Bandar lampung dan PT. Lautan Berlian Utama Motor 2017.*

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan mobil Toyota Fortuner mengalami tingkat penjualan yang fluktuatif. Namun penurunan penjualan yang signifikan terjadi pada bulan November dengan penjualan mobil Toyota Fortuner hanya sebesar 15 unit. Sedangkan pesaing utamanya yaitu Pajero sport memiliki penjualan yang konsisten setiap bulannya. Penjualan

Pajero sport selalu diatas 20 unit perbulan, citra merek menjadi faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan. Dari keterangan tabel penjualan diatas penulis dapat mengindikasikan adanya pembelian mobil Toyota Fortuner yang dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk sangatlah berbeda dengan nilai penjualan para pesaingnya yang lebih meningkat dibandingkan penjualan mobil Toyota Fortuner.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan citra merek yang mereka miliki di antaranya inovasi teknologi keunggulan yang dimiliki produk tersebut, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik citra merek produk yang dijual maka akan berdampak pada keputusan pembelian oleh konsumen, Menurut Kotler (2009,p.346) citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen, Hasil indikasi penulis dapat juga ditunjukkan pada faktor yang mempengaruhi citra merek pada pembelian mobil Toyota Fortuner yaitu faktor pertama dapat dipercaya dan diandalkan sedangkan Toyota Fortuner memiliki kapasitas mesin yang besar namun tidak didukung oleh teknologi yang dapat memperirit bahan bakar sehingga penggunaan bahan bakar cenderung lebih besar dari pada pada pesaingnya yang menggunakan teknologi terbaru yang irit bahan bakar. Faktor kedua kegunaan atau manfaat disegi ini Fortuner sangat membantu kususny untuk masyarakat yang tinggal di pedesaan dan bagi masyarakat yang bekerja di perkebunan atau di daerah pertambangan akan tetapi jika di gunakan di perkotaan atau jalan bebas hambatan Toyota Fortuner tidak setabil karena suspensinya yang terlalu tinggi. Faktor ketiga harga dari segi harga Fortuner memiliki harga yang relatif lebih mahal sehingga masyarakat pada kalangan menengah kebawah terutama di daerah pedesaan cenderung berfikir untuk mengganti pilihan pembelian. Perusahaan memiliki keunggulan bersaing yang menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih mobil Toyota Fortuner, adapun atribut keunggulan tersebut yang dimiliki oleh mobil Toyota Fortuner yaitu dengan kelebihan seperti memiliki desain yang gagah dan terlihat glamour. Berdasarkan indikasi penulis selanjutnya spesifikasi Toyota Fortuner dan

Pajero Sport memiliki spesifikasi yang berbeda, oleh sebab itu konsumen lebih memilih membeli produk Pajero Sport dikarenakan Pajero Sport memiliki citra sebagai mobil mewah namun memiliki kualitas yang lebih baik dan dengan harga yang lebih bersahabat.

Kualitas produk menjadi faktor lain yang menyebabkan penurunan penjualan Toyota Fortuner Sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen akan mempelajari tentang kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut, Kemampuan suatu produk baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen Menurut Kotler (2009,p.346). Hasil indikasi penulis kualitas produk memiliki berbagai faktor yang pertama kinerja produk Fortuner memiliki kinerja atau manfaat yang tidak sesuai dengan yang diharapkan masyarakat seperti memiliki suspensi yang terlalu tinggi sehingga tidak nyaman saat digunakan pada jalanan yang halus dan saat dikendarai dalam kecepatan tinggi dan pada segi interior dan eksterior terkesan terlalu sederhana yang membuat pengguna merasa bosan pada saat berada di dalam kabin mobil selain itu jika dilihat dari sisi spesifikasi mesin dan akselerasi Fortuner masih berada di bawah Pajero Sport, faktor kedua yaitu daya tahan karna Fortuner dibuat dengan kualitas bahan yang baik sehingga onderdil dari Toyota Fortuner tidak mudah rusak jika terjadi kerusakan, akan tetapi onderdil susah di dapat pada bengkel-bengkel bengkel kecil, faktor ketiga kemampuan diperbaiki Toyota memiliki banyak dealer dealer resmi sehingga mobil mobil pabrikan toyota tidak perlu khawatir jika terjadi kerusakan karna Toyota membuat aplikasi yang mudah seperti THS (Toyota Home Service) .

Dibalik itu semua Fortuner dimata masyarakat memiliki kualitas yang baik namun para konsumen lebih memilih membeli Pajero Sport karena Pajero Sport memiliki kinerja yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan masyarakat dapat dilihat dari data perbandingan penjualan diatas. Konsumen harus lebih selektif agar tidak merasa kecewa setelah melakukan proses pembelian. Kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian di Toyota Fortuner di Auto 2000 Raden intan Bandar

Lampung untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan proses pengambilan keputusan, Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler (2009,p.16) dapat dilihat bahwa penjualan mobil Toyota Fortuner mengalami tingkat penjualan yang fluktuatif.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Fortuner Di Auto 2000 Cabang Raden Intan Bandar Lampung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah pengguna Fortuner di Bandar Lampung

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah di Auto 2000 Raden Intan 61A, Tanjung Karang Bandar Lampung.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan April 2016 sampai dengan April 2017

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) mobil fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) mobil fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.
3. Mengetahui pengaruh citra merek (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) mobil fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dilakukan pada Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Bagi peneliti**

Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

### **1.5.2 Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah – langkah strategi pemasaran yang berorientasi pada peningkatan volume penjualan mobil fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung .

### **1.5.3 Bagi Institusi**

Menambah referensi bagi fakultas Manajemen Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

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

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Fortuner Di Auto 2000 Cabang Raden Intan Bandar Lampung”.

### **Bab II: Landasan Teori**

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian, kerangka pikir dan hipotesis.

### **Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional



variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

#### **Bab IV : Hasil Dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Fortuner di auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

#### **Bab V : Simpulan Dan Saran**

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.