

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dinamika kehidupan dunia usaha semakin keras dan ketat termasuk pada bidang otomotif. Hal tersebut terjadi pada dunia otomotif Indonesia. Persaingan industry otomotif Indonesia yang semakin lama semakin ketat. Dimana semakin banyaknya pesaing yang memasuki pasar Indonesia. Baik itu kendaraan asal Jepang yang sudah lama menjadi *market leader* industri otomotif di Indonesia juga semakin banyak kendaraan pabrikan Amerika, Eropa juga mencoba untuk memasuki pangsa pasar di Indonesia. Apalagi sebagian besar masyarakat Indonesia termasuk golongan menengah keatas yang mempunyai keinginan memiliki mobil keluarga dengan harga yang terjangkau, service yang berkualitas dan dealer yang ada dimana-mana dalam jangkauan mereka serta harga jual kembali yang tetap tinggi bahkan lebih tinggi dari harga beli mereka pertama kali. Dan kriteria tersebut dapat dipenuhi oleh mobil pabrikan asal Jepang.

Chevrolet didirikan oleh Louis Chevrolet. PT. General Motors Indonesia waktu itu kalah bersaing dengan mobil-mobil asal Jepang yang cukup berjaya di Indonesia. 2005, GM telah resmi menutup pabriknya di Indonesia untuk kedua kalinya. Namun kegagalan itu tak menjadikan GM trauma. Dua tahun kemudian, tepatnya di tahun 2007, GM membuka lagi pabriknya dengan fokus memproduksi Chevrolet Spin buat menyaingi kompetitor-kompetitor asal Jepang.

Mobil Chevrolet yang dijual di daerah Indonesia berada dalam naungan PT. General Motors Indonesia (PT. GMI) yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia. Dealer-dealer yang berdiri merupakan milik pribadi namun mereka menjalankan segala bentuk usaha penjualan berada didalam pengawasan PT. General Motors Indonesia selaku ATPM mobil Chevrolet.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2007:11) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/ kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan, dan dapat dimasukkan kedalam dimensi-dimensinya.

Sudah bukan menjadi rahasia umum bahwa produk mobil asal Amerika mempunyai kualitas yang sangat tinggi. Mulai dari segi bahan baku, keamanan dan kenyamanan berkendara yang telah memiliki standar internasional. Tidak jarang ada beberapa produk mobil Chevrolet merupakan produk global (*global product*) yaitu produk yang dijual secara global dengan spesifikasi yang sama diseluruh dunia. Sehingga produk yang mereka jual terjamin kualitasnya. Namun di Indonesia memiliki kualitas produk yang baik saja tidak cukup menjadi alasan bagi para konsumen untuk dapat memberikan keputusan pembelian terhadap mobil Chevrolet.

Persepsi konsumen adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti masuk akal. (Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 2007).

Dalam beberapa tahun belakangan ada dealer-dealer yang baru didirikan namun tidak dapat bertahan lama, hanya bisa bertahan hitungan tahun saja. Misalnya dealer daerah Palembang (Tanjung Benua) yang hanya bertahan selama 5 tahun saja. Hal ini disebabkan karena jumlah penjualan yang sedikit tidak dapat menutupi biaya-biaya operasional dari dealer tersebut, sehingga tidak sedikit dealer yang gulung tikar di beberapa daerah berkembang.

Berikut adalah data penjualan mobil di Provinsi Lampung selama tahun 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017.

Merek	2013	2014	2015	2016	2017
Chevrolet	145 Unit	132 Unit	60 Unit	39 Unit	25 Unit

(Tabel 1.1) Sumber : CV. Sandjungan Trading Coy Bandar Lampung

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:181), keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternative yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan kepuasan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat diatas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk.

Saat ini semakin lama penjualan mobil Chevrolet di provinsi Lampung mengalami penurunan secara signifikan dan penurunan volume penjualan ini pun terjadi hampir diseluruh wilayah Indonesia. Hal ini terjadi karena dampak ditutupnya pabrik Chevrolet untuk ketiga kalinya PT. General Motors Indonesia (PT.GMI) di Pondok Ungu, Bekasi. Dimana pabrik ini memproduksi mobil Chevrolet Spin, sebagaimana diketahui bahwa Chevrolet Spin memegang posisi produk paling banyak terjual selama beberapa tahun terakhir. Namun karena ditutupnya pabrik dikarenakan mobil Spin yang diunggulkan sebagai pesaing dari mobil nomor satu di Indonesia kurang mendapat sambutan hangat di pasar otomotif tanah air. Hal tersebut mengakibatkan volume penjualan mobil Chevrolet di Indonesia semakin mengalami penurunan.

Variabel berkaitan dengan jumlah penjualan tersebut yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL CHEVROLET DI PROVINSI LAMPUNG.”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan maka perumusan masalah dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung?
2. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah :

1.3.1 Subyek penelitian

Ruang lingkup penelitian pada penelitian ini adalah masyarakat Provinsi Lampung yang berpotensi dapat melakukan pembelian mobil Chevrolet dilihat dari usia produktif yakni mulai usia 25 tahun s/d 60 tahun.

1.3.2 Obyek Penelitian

Ruang lingkup obyek penelitian ini adalah Kualitas Produk, Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian.

1.3.3 Tempat penelitian

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah provinsi Lampung.

1.3.4 Waktu penelitian

Waktu yang ditentukan untuk melaksanakan kebutuhan tentang penelitian adalah mulai bulan Oktober 2017 s.d Januari 2018.

1.3.5 Ilmu penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi penulis

- a. Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan penelitian.
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu ekonomi khususnya pemasaran.
- c. Untuk menambah pemahaman dan mendukung teori-teori yang telah dipelajari di IIB Darmajaya dan mengaplikasikannya dengan kegiatan penjualan di CV. Sandjungan Trading Coy Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi bidang penjualan mobil Chevrolet di CV. Sandjungan Trading Coy Bandar Lampung
2. Dapat digunakan sebagai media guna mengetahui berbagai kendala yang dihadapi CV. Sandjungan Trading Coy.

1.5.3 Bagi IIB Darmajaya

1. Sebagai bahan pertimbangan untuk dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut dan mendalam.
2. Menambah koleksi perpustakaan dan menambah referensi bacaan untuk Mahasiswa IIB Darmajaya

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL CHEVROLET DI PROVINSI LAMPUNG.**”.

1.6.2 Bab II : Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan kualitas produk dan persepsi konsumen serta keputusan pembelian.

1.6.3 Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis mengenai analisis kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

1.6.4 Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai analisis kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

1.6.5 Bab V : Kesimpulan dan Saran

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