

BAB I

PENDAHULUAN

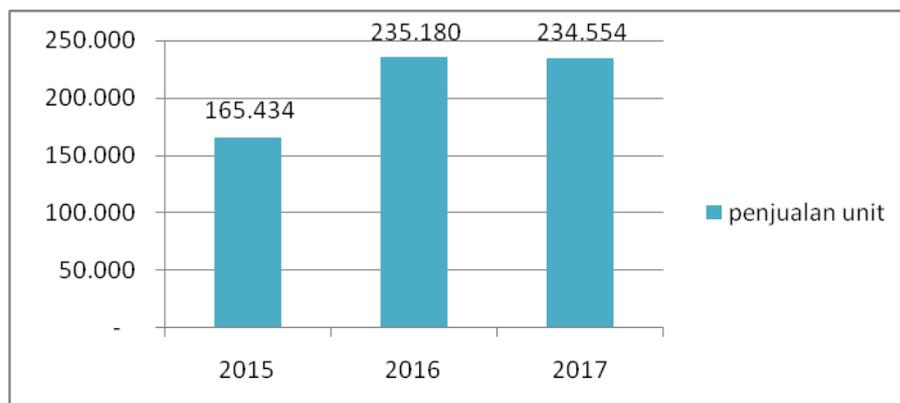
1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beranekaragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia, sehingga konsumen harus semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Kondisi persaingan yang semakin ketat ini setiap perusahaan seperti perusahaan industri mobil tetap harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang dalam memproduksi dan menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Begitu Banyak jenis mobil yang diminati konsumen di Indonesia salah satu mobil jenis LCGC (*Low Cost Green Car*). mobil jenis LCGC (*Low Cost Green Car*) adalah Mobil dengan harga yang terjangkau serta ramah terhadap lingkungan. Berikut ini Grafik 1.1 Data Penjualan Mobil Jenis LCGC Tahun 2015-2017.

Grafik 1.1

Data Penjualan Mobil Jenis LCGC Tahun 2015-2017.



Sumber: <https://otomotif.kompas.com>. 05 juli 2018. 14:43 wib

Berdasarkan Grafik 1.1 Data Penjualan Mobil Jenis LCGC Tahun 2015-2017. Tahun 2015 penjualan Mobil Jenis LCGC sebanyak 165.434 unit, Tahun 2016 penjualan Mobil Jenis LCGC mengalami kenaikan sebanyak 235.180 unit, dan Tahun 2017 penjualan Mobil Jenis LCGC mengalami penurunan sebanyak 234.554 unit, akan tetapi mobil jenis LCGC (*Low Cost Green Car*) dianggap produsen sebagai segmen yang tetap diminati konsumen.

Salah satu perusahaan mobil adalah Toyota Motor Corporation. Toyota Motor Corporation didirikan pada September 1933 sebagai divisi mobil Pabrik Tenun Otomatis Toyoda. Divisi mobil perusahaan tersebut kemudian dipisahkan pada 27 Agustus 1937 untuk menciptakan Toyota yang merupakan salah satu pabrikan mobil terbesar di dunia dalam unit *sales* dan *net sales*. Pabrikan terbesar di Jepang ini menghasilkan 8 sampai 8,5 juta unit mobil di seluruh dunia tiap tahunnya.

Toyota Calya adalah sebuah mobil jenis MPV yang dirancang oleh Daihatsu dan diproduksi bersama oleh Astra Daihatsu Motor dan Toyota Astra Motor di Indonesia sejak tahun 2015. Mobil ini didasarkan dari mobil konsep UFC-3 dari Daihatsu. Toyota Calya termasuk mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) yang memiliki tujuh tempat duduk dan memiliki konsep desain stylish serta modern. Berikut ini Table 1.1 Data Penjualan Merek Mobil LCGC Tahun 2017.

Table 1.1
Data Penjualan Merek Mobil LCGC Tahun 2017

| Merek Mobil | Penjualan (Unit) |
|--------------------|-------------------------|
| Toyota Calya | 73.236 unit |
| Daihatsu Siga | 44.993 unit |
| Honda Brio Satya | 43.378 unit |
| Toyota Agya | 29.004 unit |
| Daihatsu Ayla | 28.051 unit |

Sumber: <https://www.msn.com>. 05 juli 2018. 20:43 wib

Berdasarkan Table 1.1 Data Penjualan Merek Mobil LCGC Tahun 2017. Penjualan Toyota Calya sebanyak 73.236 unit, Penjualan Daihatsu Siga sebanyak 44.993 unit, Penjualan Honda Brio Satya sebanyak 43.378 unit, Penjualan Toyota Agya sebanyak 29.004 unit dan Penjualan Daihatsu Ayla sebanyak 28.051 unit. Penjualan Toyota Calya menjadi penjualan terlaris untuk mobil LCGC (*Low Cost Green Car*).

Menurut Setiadi dalam Suharto (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). *Activity* (kegiatan), mobil sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Hal ini menyebabkan konsumen lebih suka membeli mobil dari pada sepeda motor sebagai alat transportasi untuk aktivitas sehari – hari, salah satunya yaitu dengan menggunakan mobil Toyota Calya. *Interest* (ketertarikan), kehidupan modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku konsumen dalam pembelian, kehidupan modern seringkali diidentikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Sehingga konsumen lebih memilih menggunakan mobil dari pada motor yang dapat meningkatkan kepercayaan diri ataupun gengsi. *Opini* (pendapat), gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk citra di mata orang lain yang berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Pada kondisi seperti ini, konsumen berpendapat Toyota Calya memiliki kualitas yang sangat baik walaupun termasuk dalam jenis mobil LCGC. Sehingga hal ini menjadi sebagai salah satu faktor dalam keputusan pembelian.

Tabel 1.2
Data Prasurvey Pengguna Toyota Calya di Bandar Lampung

| No | Responden | Pekerjaan | Alasan Konsumen Membeli Mobil Toyota Calya | Faktor Konsumen membeli Mobil Toyota Calya |
|-----------|------------------|-------------------|---|---|
| 1 | Alfa | Wirasawata | Kebutuhan | Kualitas Produk |
| 2 | Dhimas | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Desain Produk |
| 3 | Rangga | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Desain Produk |
| 4 | Rahmawati | Pegawai Negeri | Kebutuhan | Kualitas Produk |
| 5 | Diaz | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Citra merek |
| 6 | Jimmi | Wirasawata | Gaya Hidup | Desain Produk |
| 7 | Robby | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Citra Perusahaan |
| 8 | Upun | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Citra merek |
| 9 | Ayu | Pegawai Negeri | Kebutuhan | Kualitas Produk |
| 10 | Erwin | Wirasawata | Kebutuhan | Desain Produk |
| 11 | Tiwi | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Harga |
| 12 | Alex | Karyawan | Kebutuhan | Citra Perusahaan |
| 13 | Rio | Pelajar/Mahasiswa | Gaya Hidup | Harga |
| 14 | Arief | Wirasawata | Kebutuhan | Desain Produk |
| 15 | Putri | Karyawan | Gaya Hidup | Citra merek |
| 16 | Kartini | Pegawai Swasta | Gaya Hidup | Desain Produk |

| | | | | |
|----|-------|----------------|------------|------------------|
| 17 | Andri | Wirasawata | Kebutuhan | Harga |
| 18 | Andu | Pegawai Swasta | Gaya Hidup | Citra Perusahaan |
| 19 | Harya | Pegawai Swasta | Kebutuhan | Desain Produk |
| 20 | Miko | Karyawan | Gaya Hidup | Harga |

Berdasarkan Tabel 1.2 Data Prasurvey Pengguna Toyota Calya di Bandar Lampung 12 Responden menjawab Gaya hidup sebagai alasan dalam membeli mobil Toyota Calya dan 8 Responden menjawab Kebutuhan sebagai alasan dalam membeli mobil Toyota Calya. 7 Responden menjawab Desain Produk sebagai faktor dalam membeli mobil Toyota Calya, 4 Responden menjawab Responden menjawab citra merek sebagai faktor dalam membeli mobil Toyota Calya, 3 Responden menjawab Responden menjawab citra perusahaan sebagai faktor dalam membeli mobil Toyota Calya, 3 Responden menjawab Responden menjawab kualitas produk sebagai faktor dalam membeli mobil Toyota Calya, 3 Responden menjawab Responden menjawab citra merek sebagai faktor dalam membeli mobil Toyota Calya. Berdasarkan hasil pra survey didapatkan hasil bahwa mereka membeli mobil Toyota Calya didasarkan gaya hidup anggapan konsumen bahwa mobil bukan hanya sekedar kebutuhan akan tetapi dapat meningkatkan status sosial. Dan desain mobil Toyota Calya sebagai salah satu faktor konsumen membeli mobil Toyota Calya dikarenakan ruang kabin yang luas dengan kursi penumpang yang dapat menampung 7 sampai 8 orang, yang tidak di miliki oleh kompetitor lain dalam jenis mobil LCGC.

Desain produk yang baik dapat meningkatkan pemasaran produk dalam berbagai hal seperti meningkatkan nilai kualitas produk dan menambah daya penampilan produk. Desain produk yang variatif selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Desain produk yang baik dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk. Menurut Ansah (2017)

Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik. Mobil Toyota Calya mempunyai desain produk dengan ruang kabin luas yang didukung tiga baris kursi untuk menampung 7 sampai 8 penumpang. Walaupun Toyota Calya termasuk jenis mobil LCGC dengan desain produk yang berbeda dari pesaing diharapkan menjadi salah satu ke unggulan mobil Toyota Calya.

Menurut amrullah (2016) keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak, berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

Toyota Calya termasuk jenis mobil LCGC (*Low Cost Green Car*) diharapkan bisa memberi peluang bagi konsumen, khususnya pengendara motor untuk mendapatkan mobil dengan harga terjangkau, mengingat gaya hidup masyarakat modern saat ini tidak hanya sekedar alat transportasi melainkan sebagai gaya hidup. Walaupun masuk dalam jenis mobil LCGC (*Low Cost Green Car*), Toyota Cayla melakukan perbedaan di desain produknya. Berdasarkan pemaparan pada latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA CALYA DI BANDAR LAMPUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas. maka perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung?

3. Apakah gaya hidup dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pembeli mobil Toyota Calya di Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian mobil Toyota Calya di Bandar Lampung yang dipengaruhi oleh gaya hidup dan desain produk.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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 2017 sampai dengan Agustus 2017

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi teori gaya hidup dan desain produk dan keputusan pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung.
2. Mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup dan desain produk terhadap keputusan pembelian Toyota Calya di bandar lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama dibidang pemasaran.

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.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di 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**

