

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini Industri otomotif khususnya mobil sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini dapat diketahui dengan semakin banyaknya kendaraan yang dimiliki oleh masyarakat serta mobilitas kendaraan yang berada di jalan-jalan kota besar khususnya Surabaya yang semakin tinggi. Pesatnya pertumbuhan volume mobil ini juga tidak lepas dari perusahaan-perusahaan penghasil mobil yang terus bertambah dengan berbagai *merk* dan berusaha berinovasi menciptakan mobil – mobil dengan fitur yang canggih, kualitas terbaik serta harga yang bersaing untuk mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Peningkatan industri otomotif khususnya mobil, rupanya juga menjadi peluang bagi perusahaan jual-beli mobil *second*, hal ini terbukti dengan semakin meningkatnya jumlah showroom-showroom mobil *second* terutama di kota Surabaya. Hal ini diperkuat dengan dibukanya bursa mobil *second* pada sejumlah pusat perbelanjaan *modern* di Surabaya yang diikuti oleh lebih dari 50 showroom mobil *second*, diantaranya di DTC wonokromo lantai 5 dan 6, BG junction P7, dan area parkir Lenmarc serta adanya pameran bursa mobil *second* di Jatim Expo dan Tunjungan Plaza setiap 2 bulan sekali.

Berkat Sejahtera Mobil (BSM) merupakan salah satu showroom mobil *second* di Surabaya yang berdiri sejak tahun 2003, showroom ini tidak hanya menjual dan membeli mobil *second*, tetapi juga menerima tukar tambah apabila ada calon konsumen yang hendak menukar mobilnya dengan tahun yang lebih baru atau dengan type yang berbeda. Mobil yang dijualpun tergolong tahun baru yaitu mulai tahun 2008 – 2016. Showroom ini sengaja tidak menjual mobil dengan tahun yang terlalu lama, karena menjaga standard kualitas mobil yang dijual. Berkat Sejahtera Mobil meyakini bahwa mobil dengan tahun yang lama sangat rentan akan gangguan atau *trouble* pada mesin yang dapat mengakibatkan ketidaknyamanan konsumen.

Untuk harga mobil sangat bervariasi tergantung pada type dan tahun kendaraan, tentu saja juga disesuaikan dengan kondisi mobil itu sendiri. Harga jual mobil di Showroom Berkat Sejahtera Mobil 99% ialah diatas Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah) sedangkan mobil yang harganya di bawah Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah) hanya 1% saja. (berdasarkan catatan stock mobil di Berkat Sejahtera Mobil pada bulan mei 2017)

Dalam bisnis jual beli mobil *second* yang dilakukan Berkat Sejahtera Mobil, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk membeli kendaraan roda empat. Adanya minat beli konsumen memilih mobil bekas tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk, antara lain kualitas produk, pelayanan, harga, lokasi, dan lain lain (Engel, 1994:46)

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan beberapa konsumen yang datang ke showroom, penulis menyimpulkan ada tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebelum menentukan pilihan untuk membeli mobil *second*, yaitu kualitas produk, persepsi harga dan persepsi kualitas layanan.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas produk dalam perusahaan yang bergerak pada bidang jual-beli mobil *second*, tentu saja tidak spesifik pada satu *merk/type* mobil tertentu, sebab seperti yang kita ketahui bahwa showroom mobil *second* menjual banyak *merk* dan *type* mobil. Oleh sebab itu dalam penelitian ini, penulis menspesifikkan kualitas produk mobil *second* yang dijual di Showroom Berkat Sejahtera mobil melingkupikondisi mesin (tidak ada kebocoran oli, suara mesin halus, knalpot yang tidak berasap), kondisi body yang mulus (cat body mobil rata / tidak belang dan body utuh) fitur interior yang masih normal dan berfungsi dengan baik (tombol pada audio, tombol AC, tombol kelistrikan / lampu-lampu), keabsahan atau legalitas dokumen (BPKB, Faktur, NIK, cek fisik dari samsat). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga merupakan bagian yang penting. Harga mobil *second* sangatlah bervariasi hal ini tentu saja tidak lepas dari kualitas atau kondisi mobil itu sendiri. Namun demikian showroom tidak dapat menentukan harga secara sembarangan, sebab seperti yang telah dikemukakan oleh penulis di awal, bahwa kompetitor sangatlah banyak sehingga

semakin banyak pula konsumen membandingkan harga, terlebih saat ini telah marak penjualan menggunakan internet, hal ini membuat konsumen jauh lebih mudah membandingkan harga, dengan *type* mobil dan tahun yang sama sehingga perusahaan perlu untuk memerhatikan tentang tentang penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan pasar.

Selain dari kedua faktor tersebut, kualitas layanan juga merupakan hal yang tidak dapat di pisahkan dari minat beli konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa pelayanan juga dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Sebab ada beberapa kejadian, konsumen tidak berminat mengunjungi showroom tertentu hanya karena salesmannya dikenal memiliki sikap yang kurang ramah kepada konsumen. Sekalipun harga murah, kualitas bagus namun jika penjual memiliki sikap yang kurang berkenan atau perkataannya menyinggung calon konsumen, maka tentu saja hal ini mempengaruhi minat beli konsumen.

CV Berkat Sejahtera Mobil telah memiliki cukup banyak pelanggan sertacukupdipercaya oleh konsumen, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pelanggan yang dimiliki oleh showroom ini. Namun seiring berjalannya waktu serta bertambahnya pesaing, maka ada beberapa pelanggan dan konsumen yang lebih memilih atau berminat membeli mobil *second* ke showroom mobil lain. Hal ini tidak membuat target penjualan di CV Berkat Sejahtera Mobil berkurang atau mengalami penurunan, hanya saja target penjualan CV Berkat Sejahtera Mobil tidak mengalami peningkatan secara signifikan jika dibandingkan dengan showroom-showroom mobil lain yang tergolong belum lama buka (sekitar 3-5

tahun). Berikut perbandingan penjualan unit di showroom Berkat Sejahtera Mobil dan Harris Mobil pada bulan Desember – Februari 2017.

	BSM	HARRIS
DESEMBER	25	35
JANUARI	35	40
FEBRUARI	26	40

Sumber : ringkasan penulis

Dari tabel tersebut dapat kita lihat perbedaan kuantitas penjualan antara Berkat Sejahtera Mobil dan Harris Mobil selama 3 bulan berturut-turut yang jelas penjualan Harris mobil lebih jika dibandingkan Berkat Sejahtera Mobil. Hal inilah yang membuat penulis ingin menganalisis lebih dalam mengenai 3 faktor yang mempengaruhi minat beli tersebut.

Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Pada Minat Beli Konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya**".

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk, persepsi harga dan persepsi kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh secara simultan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya
2. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya
3. Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya
4. Pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen di Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan minat beli konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan lebih memahami tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan persepsi kualitas layanan terhadap minat beli dan kepuasan konsumen.

b) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan Showroom Berkat Sejahtera Mobil Surabaya dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai produk untuk lebih meningkatkan penjualan dan mengetahui faktor manakah yang paling mempengaruhi minat beli konsumen.