

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju ini, menyebabkan kondisi persaingan bisnis semakin ketat. Hal ini menyebabkan perusahaan – perusahaan harus memiliki inovasi dan kreativitas yang tinggi agar dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi pesaing – pesaingnya yang bergerak di bidang industri yang sama.

Salah satu industri yang berkembang pesat saat ini yaitu industri otomotif khususnya mobil, perkembangannya di tunjang dengan bertambah luasnya sarana jalan, peningkatan pendapatan masyarakat menempatkan mobil bukan lagi untuk golongan atas. Hal ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh perusahaan produsen mobil di indonesia dengan mengeluarkan berbagai jenis dan tipe mobil sehingga mampu menarik minat konsumen.

Dalam memproduksi, selain memperhatikan fungsi mobil yang utama yaitu angkutan barang maupun penumpang, produsen juga harus memperhatikan tipe dan desainnya. Diantara berbagai jenis mobil yang diminati terdapat satu jenis yang paling diminati konsumen yaitu kendaraan serbaguna/ MPV (Multi Purpose Vehicle). Mobil jenis ini merupakan kendaraan yang memiliki kapasitas muat yang banyak, mampu mengangkut penumpang serta barang dengan kapasitas yang banyak dan lebih ekonomis. Mobil jenis ini sangat cocok dengan kebutuhan konsumen di indonesia dimana rata – rata orang indonesia memiliki keluarga dalam jumlah yang besar. Oleh sebab itu banyak produsen mobil mulai mengembakan jenis MPV di indonesia diantaranya Suzuki (APV, Ertiga), Toyota (Avanza, Kijang Innova) Mitsubishi (Expander), Honda (Mobilio), Nissan (Grand Livina), dan lain sebagainya.

Situasi tersebut menuntut perusahaan harus peka terhadap kebutuhan konsumen sehingga dapat di jadikan peluang bisnis. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat dan mengetahui apa yang di butuhkan konsumen. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan mobil Daihatsu dengan mengeluarkan mobil jenis MPV dengan harga yang murah serta berkualitas yaitu Daihatsu Xenia.

Perusahaan Daihatsu cabang Jember yang berlokasi Jl. Hayam Wuruk 161, kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, merupakan satu – satunya cabang perusahaan daihatsu yang ada di

kabupaten Jember dalam melakukan penjualan di wilayah jember. Dimana daerah tersebut merupakan salah satu tempat berpotensi bagi perusahaan Daihatsu dalam melakukan ekspansinya. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan mobil Daihatsu :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Mobil di Kabupaten Jember**

TOTAL AUTO											
Nama	POLREG Jember 2017										
Perusahaan	2015	2016	TOTAL	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug
<b>Daihatsu</b>	<b>1419</b>	<b>1439</b>	<b>1050</b>	<b>118</b>	<b>145</b>	<b>157</b>	<b>121</b>	<b>129</b>	<b>119</b>	<b>136</b>	<b>125</b>
Toyota	2513	2833	2126	314	279	275	231	270	240	282	235
Mitsubishi	1606	1396	801	78	124	118	88	86	88	96	123
Suzuki	980	787	514	74	47	50	45	53	59	82	104
Isuzu	102	56	53	2	2	19	6	5	4	5	10
Honda	1377	1608	1243	254	131	139	97	141	154	199	128
Nissan	675	432	173	40	21	16	14	27	21	18	16
Others	221	215	127	18	23	14	17	6	29	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>8893</b>	<b>8766</b>	<b>6087</b>	<b>898</b>	<b>772</b>	<b>788</b>	<b>619</b>	<b>717</b>	<b>714</b>	<b>828</b>	<b>751</b>

Sumber: Kantor cabang ASCO Daihatsu kabupaten Jember (Tahun 2015- Agustus 2017)

Berdasarkan data diatas, terdapat sebuah fenomena persaingan antar perusahaan. Dimana penjualan mobil Daihatsu memang mengalami peningkatan, akan tetapi peningkatan tersebut belum bisa melampaui penjualan kompetitor seperti Toyota .

Daihatsu Xenia adalah salah satu mobil produksi Daihatsu yang berjenis Low MPV yang memiliki pangsa pasar untuk kelas menengah kebawah. Xenia termasuk salah satu mobil dengan harga cukup terjangkau dibandingkan dengan kompetitor lainnya, serta memiliki spesifikasi yang tidak jauh berbeda dengan pesaing utamanya seperti Avanza, Mobilio, dll. Dimana persaingan mobil di kelas Low MPV di Kabupaten Jember sangat ketat. Hal ini berdasarkan data penjualan sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Mobil Low MPV di Kabupaten Jember**

Nama Kendaraan	POLREG Jember 2017										
	2015	2016	TOTAL	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug
Xenia	187	260	139	18	13	19	6	26	21	18	18
Luxio	49	47	38	5	3	5	3	3	6	7	6
Gran Max MB	56	59	32	6	4	4	6	3	4	4	1
Avanza	1023	898	549	76	51	73	48	75	69	104	53
Grand Livina 1.5	132	73	36	12	3	3	5	5	2	2	4
Ertiga	546	425	253	41	27	17	22	29	39	42	36
Evalia	15	7	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Mobilio	431	424	269	76	42	27	19	29	31	27	18
APV	46	46	29	2	3	2	0	1	9	10	2
T120SS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carry	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Futura	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Spin	14	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Others	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2499	2242	1346	236	146	151	109	171	181	214	138

Sumber: Kantor cabang ASCO Daihatsu kabupaten Jember(Tahun 2015- Agustus 2017)

Dari data diatas dapat disimpulkan, penjualan Mobil Xenia mengalami peningkatan sebesar 73 unit dari tahun 2015 – 2016, akan tetapi kenaikan tersebut belum bisa mengungguli kompetitor utama yaitu Avanza, Mobilio, dan Ertiga yang dalam dua tahun terakhir mengalami penurunan penjualan.

Promosi merupakan senjata utama perusahaan daihatsu cabang Jember dalam meamsarkan kendaraannya. Dengan adanya promosi konsumen / pelanggan dapat mengetahui produk apa yang dipasarkan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:120) promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa / semua nilai uang yang dikorbankan oleh pelanggan / konsumen untuk mendapatkan manfaat suatu baang atau jasa. Idikator yang digunakan adalah:referensi harga, harga yang relatif lebih murah, kewajaran harga, kesesuaian pengorbanan dan harga sesuai dengan manfaat (Kotler & Amstrong, 2013:314). Oleh karena itu perusahaan mobil Daihatsu membandrol harga mobil jenis

MPVnya yaitu Xenia dengan harga sekitar 180 Jutaan. Harga ini termasuk terjangkau dengan melihat fitur - fitur yang disematkan ke mobil Xenia ini.

Konsep produk yang paling utama adalah bagaimana produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan, harapan/ekspektasi konsumen. Produk merupakan objek atau proses yang dapat memberikan nilai bagi para pelanggan. Untuk mewujudkan ini semua dibutuhkan produk yang berkualitas agar dapat memenangkan persaingan dari berbagai kompetitor yang ada.

Inovasi yang dilakukan perusahaan mobil Daihatsu adalah demi meningkatkan kualitas produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2013:299) Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai – nilai yang lainnya. Oleh sebab itu perusahaan Daihatsu melakukan upaya dengan memproduksi mobil Xenia yang memiliki keunggulan berupa kapasitas penumpangnya yang mencapai 7 orang serta memiliki mesin yang cukup bertenaga.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2013:20). Dimana konsumen melakukan beberapa tahap proses penyeleksian informasi dengan tujuan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan namun sesuai dengan minat dan manfaat yang diinginkan konsumen terhadap produknya yang ditawarkan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA PADA ASCO DAIHATSU DI KABUPATEN JEMBER”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember ?
2. Apakah persepsi harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember ?

3. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember ?
4. Apakah promosi, persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bahwa promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui bahwa persepsi harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.
4. Untuk mengetahui bahwa promosi, persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan :

#### **1. Bagi penulis**

Bagi penulis dan peneliti dapat mengembangkan kemampuan berpikir analisis dan kritis terhadap masalah yang ada. Secara khusus hasil penelitian juga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan mensosialisasikan teori mengenai pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.

#### **2. Bagi pembaca**

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan secara tertulis maupun sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh promosi, persepsi harga

dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada ASCO Daihatsu di kabupaten Jember.

3. Bagi perusahaan mobil ASCO Daihatsu kabupaten Jember

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan mobil untuk mengembangkan kualitasnya sebagai produsen mobil dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Serta bagi perusahaan ASCO Daihatsu kabupaten Jember memberikan masukan – masukan untuk dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produknya agar dapat meningkatkan penjualannya.