

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan otomotif di Indonesia saat ini sangat pesat, khususnya perkembangan industri mobil. Pesatnya perkembangan industri mobil di Indonesia ini membuat tingkat persaingan menjadi ketat. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari banyaknya merek dan jenis mobil di Indonesia. Banyaknya perusahaan otomotif yang ada di Indonesia membuat konsumen akan lebih selektif dalam menentukan merek mobil yang akan digunakan sebagai alat transportasi. Munculnya produsen mobil dari Cina semakin memperketat persaingan industri mobil di Indonesia. Namun hingga saat ini mobil yang diproduksi oleh negara Jepang tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia karena berbagai macam keunggulan yang dimilikinya. Produsen otomotif Jepang menganggap Indonesia merupakan pangsa pasar yang berpotensi untuk kawasan Asia Tenggara dalam memasarkan produk-produk mobil.

Produk mobil dari negara Jepang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya di Bali. Salah satu merek mobil buatan Jepang ialah Mitsubishi. Mitsubishi merupakan perusahaan terkenal yang juga menyadari bagaimana persaingan yang terjadi saat ini. Dalam menghadapi persaingan, Mitsubishi selalu melakukan inovasi terhadap produknya. Produk unggulan dari

Mitsubishi ialah Xpander. Banyak faktor kepercayaan pelanggan memilih Xpander sebagai kendaraan pribadinya. Selain memiliki keunggulan, agar mampu bersaing Mitsubishi membuka cabang dealer di setiap kabupaten yang ada di Bali agar mempermudah konsumen dalam memperoleh produk-produk yang di produksih Mitsubishi.

PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja merupakan satu-satunya *dealer* mobil Mitsubishi yang ada di Kabupaten Buleleng tepatnya berada di Jl. Ayani No. 178 Singaraja. PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja memang banyak diminati oleh konsumen di wilayah Singaraja karena penduduk di wilayah tersebut mempunyai perilaku pembelian untuk membeli mobil yang lebih banyak menampung penumpang dan juga desain yang bagus. Hal ini terlihat di wilayah tersebut banyak masyarakat yang dominan mengendarai mobil keluarga. Maka tidak heran jika penjualan mobil Mitsubishi Xpander begitu banyak diminati masyarakat karena mobil tersebut merupakan *seven-seater car* dengan kabin yang cukup luas dan nyaman untuk di setiap sisi penumpangnya. Adapun Mitsubishi Pajero yang memiliki *seven-seater car* namun peminatnya yang lebih sedikit daripada Mitsubishi Xpander karena merupakan mobil MPV yang susah dibawa di jalan perkotaan, memiliki tenaga lebih besar membuat konsumsi BBM lebih tinggi dan memiliki harga yang lebih mahal, kekurangan Mitsubishi Xpander yaitu tidak memiliki dalam segi teknologi seperti Sunroof dan Moonroof, penggerak 4WD, *Crushcontrol*. Tidak hanya itu yang membuat keputusan pembelian konsumen terhadap Mitsubishi Xpander tapi masih ada harga yg masih terbilang terjangkau serta adanya *cashback* dan juga bebas biaya servis sampai 50.000 KM. Adapun persaingan diluar perusahaan PT. Mitsubishi yaitu Toyota

Avanza yang sudah lebih dulu masuk ke pasar Indonesia sebagai mobil keluarga yang banyak diminati oleh konsumen di Indonesia, sampai saat ini Toyota Avanza masih menjadi mobil dengan penjualan terbanyak, sebelumnya Mitsubishi Xpander pernah meraih penjualan terbanyak namun di ungguli lagi oleh Toyota Avanza, namun dikarenakan Data yang tidak bisa didapatkan maka penulis tidak bisa memasukan kedalam skripsi. Sejalan dengan adanya wabah pandemi *Covid-19* yang masuk ke Indonesia membuat sulit mendapatkan Data, tidak hanya sulit mendapatkan Data, bahkan sudah membuat perekonomian dunia tidak stabil tapi tidak mengurangi minat konsumen atas keputusannya untuk memilih Mitsubishi Xpander sebagai mobil untuk keluarga. Data yang bisa didapat hanya melalui Web resmi perbandingan penjualan Avanza dan Xpander yaitu Berdasarkan data Gaikindo, penjualan Avanza pada Februari 2018 mencapai 6.773 unit sedangkan Xpander 7.400 unit. Pada Januari 2018, Avanza sempat unggul dengan 7.543 unit sementara Xpander 7.079 unit. Pada Maret 2018, Avanza kembali kalah dari rival barunya itu. Penjualan Avanza terpantau naik menjadi 7.097 unit, sementara Xpander 7.493 unit. Menariknya, penjualan ritel (dealer ke konsumen) Xpander mencapai 9.338 unit. Artikel CNN Indonesia "Rekap Tarung Avanza Vs Xpander Sepanjang Tahun": <https://www.cnnindonesia.com/otomotif/20181228155919-579-357065/rekap-tarung-avanza-vs-xpander-sepanjang-tahun>. Dari data tersebut penulis pada akhirnya menggunakan data tersebut sebagai data pembanding antara Mitsubishi Xpander dengan Toyota Avanza. Pada bulan Januari sampai Desember 2022, penjualan mobil Xpander cenderung mengalami peningkatan. Data penjualan mobil di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja dari Januari sampai dengan Desember 2022 dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1  
Data Penjualan Mobil Mitsubishi di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja  
Bulan Januari- Desember 2022

No	Merek Mobil	Bulan												Total
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	
1	L 300	8	8	13	10	12	9	6	6	10	12	11	9	114
2	T 120SS	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11
3	FE SERIES	5	4	4	3	5	6	5	4	8	6	5	4	59
4	PAJERO	8	10	13	11	10	7	7	8	10	12	13	15	124
5	XPANDER	10	12	15	15	17	20	20	22	20	19	20	20	210

Sumber: PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja.

Berdasarkan data Tabel 1.1 dapat diketahui data penjualan mobil Xpander di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja memiliki jumlah penjualan yang selalu meningkat setiap bulannya. Pada bulan Februari jumlah penjualan mobil Xpander mengalami peningkatan sebesar 12% dan pada bulan Maret kembali mengalami peningkatan sebesar 12.5%. Hal tersebut karena mobil Xpander sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Mobil Xpander mendapat penjualan paling banyak dibandingkan mobil yang dijual di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja. Tingginya penjualan mobil Xpander selama kurun waktu tiga bulan terakhir dipengaruhi oleh keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen dengan memilih alternatif yang dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Armstrong, 2001: 226). Dalam kuesioner keputusan pembelian menggunakan tiga indikator menurut Kotler (1995) yaitu dalam membeli, mencari informasi, dan merencanakan pembelian. Citra merek atau

*brand image* memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Citra merek merupakan penilaian atau pandangan konsumen terhadap suatu merek yang baik atau buruk. Hal ini berdasarkan pertimbangan atau penyelesaian dengan membandingkan perbedaan yang terdapat pada beberapa merek, sehingga penawarannya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Kotler dan Keller (2012: 263-264) berpendapat bahwa citra merek adalah *perception and beliefs held by consumer*. Dalam kuesioner Citra merek menggunakan tiga indikator menurut Ratri (2007) yaitu, Atribut, keuntungan konsumen, dan kepribadian merek.

Selain faktor merek, faktor yang lain yang dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu harga. Menurut (Irawan, 1998; 241) Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Adapun Tjiptono (1997: 152) mengungkapkan bahwa harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan bagi pembeli yaitu dalam peranan alokasi dan peranan informasi. Berkaitan dengan keputusan pembelian seorang konsumen, maka harga merupakan salah satu faktor yang cukup penting untuk menjadi pertimbangan seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Konsumen cenderung memilih barang yang memiliki nama dipasaran dan mempunyai harga terjangkau (Kotler 1994: 162). Dengan demikian citra merek dan harga sangat mempengaruhi konsumen dalam



menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian, didukung oleh penelitian yang dilakukan Indah (2020) bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan temuan ini tidak mendukung temuan empiris yang dilakukan oleh Siti Nurhayati (2017) yang menyatakan temuannya bahwa citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji validitas yang telah dilakukan, terdapat skor dominan dari variabel citra merek, skor yang dominan menunjukkan bahwa perilaku pelanggan yang berkaitan dengan brand image menunjukkan atau membentuk sikap yang dominan membentuk persepsi brand image, dan skor dominan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xpander di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada mobil Xpander di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja sebagai berikut.

- (1) Semakin berkembangnya teknologi dalam industri mobil, semakin banyak pilihan mobil yang diinginkan para konsumen sesuai dengan minatnya.
- (2) Banyaknya merek dan jenis mobil yang beredar dipasaran membuat perusahaan harus mampu mengungguli persaingan.

### 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja, maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. citra merek dan harga sebagai variabel bebas, keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Periode penelitian pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja diambil pada periode Januari-Desember 2022.

### 1.4. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

- (1) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja?
- (2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja?
- (3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap harga mobil ...Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja?
- (4) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui harga pada mobil Xpander di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh sebagai berikut.

- (1) Citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja.

- (2) Harga terhadap keputusan pembelian mobil Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja.
- (3) Citra merek terhadap harga mobil Xpander pada PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja.
- (4) Citra merek terhadap keputusan pembelian melalui harga pada mobil Xpander di PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat yaitu manfaat:

- (1) manfaat teoritis dan (2) manfaat praktis.

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran yang terkait dengan citra merek, harga dan keputusan pembelian.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak manajemen PT. Mitsubishi Sun Star Motor Singaraja sebagai tambahan informasi dan pertimbangan atau masukan untuk mengembangkan citra merek dan harga dalam meningkatkan keputusan pembelian.