

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan sarana transportasi merupakan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, dikarenakan mobilitas setiap individu yang semakin tinggi dan juga meningkatnya taraf perekonomian masyarakat (Erdiana, 2015). Salah satu transportasi yang kini diminati oleh masyarakat adalah mobil, hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam industri otomotif di Indonesia. Produk industri otomotif sangat kompetitif dalam bersaing, mulai dari bentuk, warna, kecanggihan teknologi dan merek. Merek-merek mobil yang ada dipasaran otomotif di Indonesia sekarang ini berasal dari Eropa dan Asia seperti Mitsubishi, KIA, Honda, Suzuki, Daihatsu, Ford, Proton, Hyundai, dan Toyota. Setiap produk menawarkan keunggulan sendiri untuk pelanggannya, baik berupa kualitas produk, layanan purna jual, servis, suku cadang sampai penetapan harga yang cukup bersaing sesuai dengan jenis dan segmen pasarnya.

Saat ini, beberapa produsen mobil berlomba-lomba dalam berinovasi untuk menghasilkan mobil berjeniskan *City Car*, *Multi Purpose Vehicle (MPV)* dan *Sport Utilities Vehicle (SUV)* dan mampu memenuhi keinginan, kebutuhan, dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya. Perusahaan Mobil Mitsubishi ini adalah salah satu perusahaan yang melakukan inovasi dan pembaruan terhadap produk mereka, mitsubishilah yang menjadi pelopor pertama dalam menghasilkan kendaraan roda empat dengan teknologi penggerakan empat roda. perusahaan ini pada awalnya hanya berfokus pada *Business Car* seperti Truck, Pick Up, dan Fuso. Seiring berjalannya waktu mereka mengambil kesempatan untuk memproduksi *Passanger Car*. *Passanger Car* adalah kendaraan bermotor, selain dari sepeda motor, dimaksudkan untuk mengangkut penumpang dan tempat duduk dirancang

untuk tidak lebih dari sembilan orang sudah termasuk pengemudi (ec.europe.ed, 2017).

*Passenger Car* yang pertama adalah Mitsubishi Kuda, dimana ternyata ekspektasi perusahaan terhadap mobil tersebut tidak sebanding dengan penjualannya. Pada akhirnya mereka menghentikan penjualannya di Indonesia. Kemudian, perusahaan yang berasal dari Jepang ini tidak putus asa, Mereka mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen di Indonesia hingga mereka memproduksi produk dengan tampilan dan kecanggihan fasilitas yang dapat menarik perhatian pengguna *passanger car*, mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen saja tidaklah cukup bagi perusahaan, diperlukan upaya untuk melakukan pengenalan produk dengan cara yang menarik perhatian konsumen melalui perilaku pembelian mereka. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sebagai sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang dibutuhkan dan diinginkan juga berbeda. Memahami perilaku konsumen terhadap produk dan merek juga dapat membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

**Tabel 1.1.1**  
**Tabel Data Penjualan Mobil Passenger Car Mitsubishi**  
**Tahun 2012-2016**

| <b>MERK</b>  | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Pajero Sport | 201         | 140         | 204         | 157         | 244         |
| Delica       | 0           | 0           | 0           | 2           | 0           |
| Mirage       | 20          | 37          | 51          | 46          | 14          |
| Pajero Sport | 30          | 24          | 23          | 7           | 8           |
| <b>Total</b> | <b>251</b>  | <b>201</b>  | <b>278</b>  | <b>212</b>  | <b>266</b>  |

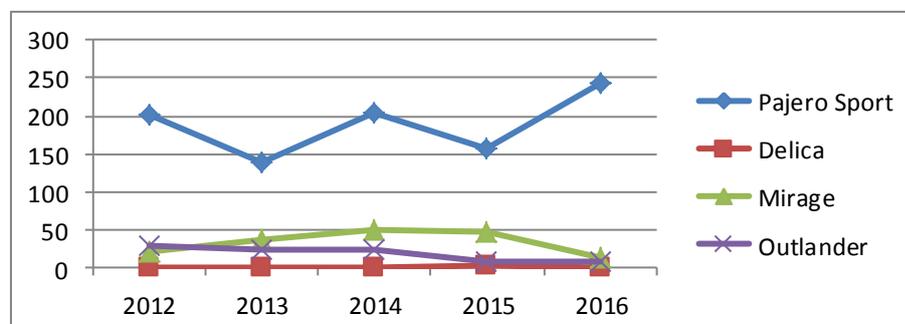
Sumber : PT Lautan Berlian Mitsubishi Plaju Palembang, 2017

Berdasarkan data diatas dapat terlihat bahwa penjualan mobil Mitsubishi mengalami pasang surut terhadap volume penjualannya, pada tahun 2015 penjualan turun hingga 5.5% dari taun 2014 sebanyak 278 unit, kemudian di tahun 2016 mengalami kenaikan kembali sebesar 4.5%.

melalui riset ini penulis akan menganalisis pengaruh kualitas produk mobil Mitsubishi Pajero. Ketertarikan ini muncul karena mobil segmen *Sport Utility Vehicle* (SUV) didominasi oleh dua merek besar yaitu Mitsubishi dan Toyota, dua merek tersebut mendominasi pasar penjualan mobil SUV dalam lima tahun terakhir ini (oto.detik.com, 2017)

Mitsubishi Pajero hadir di Indonesia pada tahun 2009, dengan menawarkan berbagai spesifikasi menarik dan harga yang cukup sebanding dengan kualitas produk. Mitsubishi Pajero merupakan mobil berjeniskan *Sport Utulitiry Vehicle* (SUV), yang berarti harga mobil tersebut berada dari 450-670jt dapat dikatakan mobil kelas menengah keatas namun dengan kualitas yang baik tentunya tidak akan membuat pengguna mobil tersebut kecewa selain dapat digunakan sebagai mobil penumpang, mobil ini juga dapat dijadikan sebagai sarana transportasi perjalanan bisnis atau untuk melakukan petualangan di medan yang sulit. Mitsubishi Pajero Sport ini memiliki mesin berteknologi injeksi ECI MULTI yang dapat melakukan pembakaran didalam ruang perkakas sehingga udara buang yang dihasilkan tetap ramah lingkungan serta memungkinkan pengguna untuk melakukan penghematan bahan bakar (www.mitsubishi-motors.coid). Berikut ini adalah table dan grafik penjualan Pajero Sport, Delica, Mirage dan Pajero Sport 5 tahun terakhir:

**Chart 1.1.2**  
**Chart Volume Penjualan Mitsubishi 2012 – 2016**



Sumber : Diolah dari Chart Excel, 2010

Bedasarkan data diatas penjualan mobil Mitsubishi di tahun 2013 mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan dengan penjualan pada tahun 2014 hingga 2016. Untuk tahun 2013 hanya mampu menjual 201 unit, terjadi penurunan penjualan dari tahun sebelumnya yang mencapai 256 unit pada tahun 2012. Puncak penjualan terjadi pada tahun 2014 sebanyak 272 unit.

Hal ini dapat disebabkan karena kualitas produk, harga dan kesadaran merek yang mempengaruhi keputusan pembelian dan berdampak pada volume penjualan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi evaluasi produk yang nantinya akan menjadi keputusan pembelian mobil. Diantara nya adalah produk, merek dan harga produk.

Bedasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk menulis Laporan Akhir dengan Judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero Sport pada PT Lautan Berlian Utama Motor Cabang Palembang (Studi Kasus pada Pengguna Mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam laporan akhirini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh variable kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang ?
2. Apakah terdapat pengaruh variable harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang ?
3. Apakah terdapat pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang ?
4. Variabel mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang ?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk menghindari penyimpangan pembahasan, maka peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan masalah, yaitu mengenai *passenger car* atau mobil penumpang, kualitas produk dan harga pada PT Lautan Berlian Utama Motor Cabang Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan**

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport Palembang
4. Untuk mengetahui variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat**

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada perkuliahan khususnya tentang Perilaku konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi perusahaan yang memproduksi mobil terutama Mitsubishi dalam melakukan evaluasi produk.

3. Bagi Akademik
  - a. Dapat menjadi sumber informasi bahan penelitian berikutnya
  - b. Dapat menjadi bahan informasi dan pertimbangan bagi calon konsumen dalam menentukan pilihan yang tepat dalam pembelian mobil.

## **1.5 Metodologi penelitian**

### **1.5.1 Ruang lingkup penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Pengguna Mobil Mitsubishi Pajero Sport di Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam laporan akhir ini, jenis dan sumber data yang digunakan ada dua macam, yaitu:

#### **1. Data primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh penelliti (Husein Umar, 2013:41).

#### **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram (Husein Umar, 2013:41).

### **1.5.3 Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:115)

#### **2. Riset Pustaka**

Yaitu metode pengumpulan data dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

### **1.5.4 Populasi dan sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna Mobil Mitsubishi Pajero di Palembang. (Sugiyono, 2015:102)

#### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya (Riduwan, 2011:10).

Sampel harus representatif disamping itu peneliti wajib mengerti tentang besar ukuran sampel, teknik sampling dan karakteristik populasi dalam

sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sampel Insidental.

Sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015:156).

### 1.5.5 Teknik sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan data. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu probability sampling dan non-probability sampling (Sugiyono, 2015:140). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling, yaitu sampling insidental. Sedangkan, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dilakukan dengan menggunakan Hitungan, dengan ketentuan untuk ukuran sampel yang layak dengan menggunakan rumus ini adalah antara 30 hingga 500 (Sugiyono,2015:149).

Sumber yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna Mobil Mitsubishi Pajero di Palembang. Karena jumlah populasi adalah populasi terhingga dan menggunakan teknik sampling accidental maka jumlah sampel yang ditetapkan menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahannya adalah 1% yang berarti memiliki tingkat akurasi 99%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = batas toleran kesalahan

Jadi hasil yang didapat adalah:

$$n = \frac{1.208}{1 + 1.208(0.1)^2}$$

$$= 92 \text{ Responden}$$

## 1.6 Metode analisis

### 1. Analisa kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Data kuantitatif didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternative jawaban yang ada pada Skala Likert dan akan diolah menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Adapun teknik analisa kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keahlian suatu instrument. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner oleh penulis akan diuji validitasnya dengan langkah pertama membuat klasifikasi tabel yaitu batasan mengenai variabel yang akan diukur. Kemudian menentukan terhadap konstruk apakah valid atau hipotesisnya maka dicari nilai  $r$  tabel dengan program SPSS. Nilai  $r$  hasil dibandingkan dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hasil positif dan  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel, maka

variabel tersebut valid. Jika  $r$  hasil tidak positif dan  $r$  hasil  $< r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengandung pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dilakukan pertama menentukan hipotesis. Kemudian  $r$  tabel dengan pengujian satu arah untuk mencari nilai  $r$  positif, dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 kemudian  $r$  tabel dibandingkan dengan  $r$  hasil. Jika  $r$  alpha positif dan  $r$  alpha  $> r$  tabel maka variabel tersebut reliable. Jika  $r$  alpha tidak positif dan  $r$  alpha  $< r$  tabel maka variabel tidak reliabel.

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden adalah Regresi Sederhana untuk menghitung variabel dependen (X) terhadap variabel independen (Y) dan Regresi Berganda digunakan untuk menghitung kedua variabel dependen (X) terhadap variabel independen (Y).

### a. Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (ditarik

turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2015:277). Berikut rumus regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

#### b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dengan menggunakan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan. (Sugiyono, 2015:133)

**Tabel 1.1.2**  
**Skala Pengukuran**

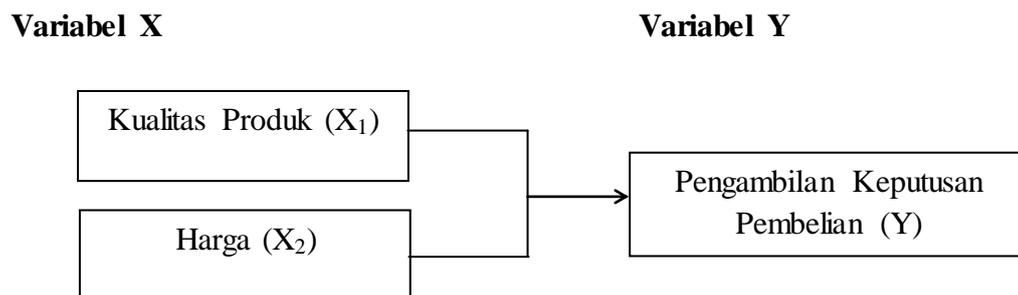
| No. | Keterangan                | Bobot |
|-----|---------------------------|-------|
| 1   | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1     |
| 2   | Tidak Setuju (TS)         | 2     |
| 3   | Cukup Setuju (CS)         | 3     |
| 4   | Setuju (S)                | 4     |
| 5   | Sangat Setuju (SS)        | 5     |

Variabel penelitian dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel terikat Y (dependen) = pembeli mobil Mitsubishi Pajero Sport

2. Variabel bebas X (independen) = pengaruh kualitas produk dan harga dalam pengambilan keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport

Pada penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). variabel independen (X) adalah variabel yang menjadi penyebab terjadinya/terpengaruhinya variabel dependen. Dimana pengaruh kualitas produk dan harga dalam pengambilan keputusan pembelian mobil mitsubishi pajero sport. Variabel dependen (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen yang dalam al ini adalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli mobil mmitsubishi pajero sport pada PT Lautan Berlian Maju Motor . agar mengetahui lebih jelas mengenai kedua variabel tersebut, maka dalam penulisan laporan akhir ini penulis mendeskripsikan kerangka konseptual pada baga berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual  
*Sumber: Kotler,2000*

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga pengaruh kualitas produk dan harga secara tersendiri-sendiri berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dalam membeli mobil Mitsubishi Pajero Sport.
2. Diduga pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dalam membeli mobil Mitsubishi Pajero Sport.
3. Diduga pengaruh harga adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport.

## 2. Analisa kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2016:108), “data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik”. Penulis menggunakan analisa kualitatif untuk menjelaskan data yang didapatkan dan menghubungkan dengan terori-teori yang ada.