

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sebuah keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli sebuah produk (Philips Kotler dalam penelitian Ian Antonius Ong, 2010). Keputusan pembeli juga akan dialami oleh setiap konsumen untuk menentukan tentang Merek apa yang akan di beli. Keputusan seorang pembeli akan dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya atau bisa juga dengan orang sekitarnya menarik atau tidak suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Biasanya semakin banyak manfaat produk yang di tawarkan akan semakin tinggi minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kendaraan menjadi alat transportasi yang dibutuhkan oleh semua orang dimana kendaraan dapat dipakai untuk mengangkut keluarga, teman ataupun kekasih namun tidak semua transportasi untuk mengangkut keluarga, ada juga untuk dipakai bekerja seperti mengantar barang ataupun sebagainya. Di era modern seperti ini kalangan seanak- anak muda maupun orang tua akan sangat membutuhkan yang namanya kendaraan itu sebabnya perusahaan harus mempunyai cara untuk menarik minat konsumen untuk membeli barang yang mereka jual.

Persaingan pasar yang semakin lama semakin ketat di era globalisasi ini secara tidak langsung akan mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan untuk membeli produk yang mereka inginkan biasanya melalui merk, desain dan juga harga. Oleh karna itu perusahaan harus mampu melihat intensitas masyarakat sekarang yang menginginkan seperti apa yang mereka mau.

biasanya banyak orang yang mempertimbangkan harga dalam membeli karena jika mereka hanya memiliki uang yang cukup dan harga tersebut terlampau sangat tinggi biasanya mereka akan mengurungkan niat untuk membeli, oleh karena itu perusahaan harus bisa mengetahui keiinginan konsumen dimana mereka menginginkan harga yang tidak terlalu tinggi dibanding kompetitor lainnya.

Begitupula dengan desain, ini merupakan era modern dimana anak-anak muda ataupun orang dewasa lebih menyukai konsep kendaraan yang sesuai dengan era sekarang perusahaan harus bisa membuat desain yang seunik mungkin biasanya sangat berpengaruh terhadap konsumen, sekarang mereka akan melihat keunikan yang ada di kendaraan tersebut atau menambah aksesoris yang ada di kendaraan tersebut karena rata-rata konsumen biasanya membeli kendaraan ada yang untuk kebutuhan sehari-hari mereka dan ada juga yang membeli kendaraan untuk dijadikan kontes dalam sebuah modifikasi dan biasanya kalau anak muda sekarang lebih cenderung ke disain yang sangat menarik dipandang.

Merek dimana sebuah keputusan pembelian akan di pengaruhi oleh merek, rata-rata orang Indonesia akan cenderung untuk membeli barang berdasarkan merek mungkin karena sudah banyak dipakai mereka akan cenderung lebih mudah untuk membeli sperpat karena sudah banyak di toko-toko kendaraan dan biasanya harganya lebih terjangkau dibanding merek-merek lain. Ataupun kalau anak muda sekarang lebih ke komunitas dimana semua dalam komunitas tersebut hanya mempunyai satu merek yang sama maka beberapa orang akan lebih menyukai ke merek tersebut.

Mobil di segmen MPV menjadi salah satu yang paling banyak dibeli masyarakat Indonesia. Bisa muat sampai 7 orang dan dengan harga yang tak terlalu tinggi membuat mobil di segmen ini jadi salah satu yang terlaris di Indonesia.

Di Indonesia, mobil MPV diisi oleh Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander, Daihatsu Xenia, Honda Mobilio, Suzuki Ertiga, Nissan Livina, hingga mobil merek China Wuling Confero. Masing-masing produk tersebut memiliki plus-minusnya.

Dalam penelitian ini saya akan membahas tentang salah satu mobil MPV dari brand Toyota yaitu avanza. Avanza merupakan produk mobil dari Toyota yang sudah banyak dikenal di Indonesia siapa yang tidak tau mobil yang satu ini, mobil ini masuk dalam kelas mobil MPV yang dapat di gunakan sebagai pengangkut penumpang sekaligus kendaraan pembawa barang. Namun mobil ini sudah banyak meraih penghargaan, terutama yang diberikan oleh Museum Rekor Indonesia

(MURI) pada 2013 lalu, penghargaan berupa pencapaian penjualan 1 juta unit tercepat.

Di tahun 2020 Berdasarkan data penjualan wholesales (distribusi dari pabrik ke dealer) yang dirilis Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), Selama Januari-Maret 2020. Berikut adalah data penjualan kendaraan segmen MPV periode Januari-Maret 2020 :

Toyota Avanza	20.768 unit
Mitsubishi Xpander	8.033 unit
Daihatsu Xenia	5.831 unit
Honda Mobilio	4.306 unit
Suzuki Ertiga	3.959 unit
Nissan Livina	1.188 unit
Wuling Confero	1.174 unit

Sumber : Data wholesales (Gaikindo)

Dalam data penjualan yang dirilis oleh Gabungan Industri Kendaraan bermotor Indonesia (*Gaikindo*) dalam segmen mpv, penjualan selama Januari-Maret 2020 Toyota Avanza unggul jauh dengan penjualan sebanyak 20.768 unit mengalahkan penjualan pesaingnya yaitu Mitsubishi Xpander dengan 8.033 unit, lalu Daihatsu Xenia dengan 5.831 unit, Suzuki Ertiga dengan 3.959 unit, Nissan Livina dengan 1.188 unit, dan yang terakhir Wuling Confero dengan 1.174 unit. Dalam data penjualan ini Avanza masih banyak diminati oleh konsumen Indonesia.

Avanza sendiri hadir untuk masyarakat yang mempunyai dana yang terbilang cukup, banyak dari masyarakat yang sudah memakai kendaraan ini performa yang dibilang terbaik di kelasnya dan banyak fitur keamanan dengan harga yang terjangkau siapa yang tidak mau dengan kendaraan ini.

Seperti yang akan saya bahas dalam topik ini yaitu **“Pengaruh Keputusan Pembelian Kendaraan Toyota Avanza Melalui Harga, Merek dan Desain Produk di Kawasan Cipinang Kebembem”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan pokok permasalahan

1. Apakah variabel harga, merek dan desain produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di kawasan cipinang kebembem ?
2. Apakah variabel harga, merek dan desain produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di kawasan cipinang kebembem ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh harga, merek dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di kawasan cipinang kebembem.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga, merek dan desain produk berpengaruh secara signifikan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di kawasan cipinang kebembem.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Penelitian ini sangat berguna untuk saya mengetahui seberapa besar keputusan pembelian kendaraan Toyota Avanza berdasarkan tujuan dari penelitian ini.
2. Bagi perusahaan
Diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan mobil tersebut agar dapat mengetahui seperti apa yang konsumen inginkan.
3. Bagi penelitian selanjutnya
Bisa menjadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya serta sarana untuk menambah wawasan dan pola pikir peneliti serta dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu yang telah didapat di masa perkuliahan.