BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan bisnis di Indonesia saat ini sangat ketat sehingga setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat berinovasi dalam menciptakan suatu produk yang dapat diminati oleh masyarakat. Dengan semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat Indonesia berpengaruh bagi setiap perusahaan untuk terus menciptakan inovasi baru dalam menciptakan produknya. Selain itu, perusahaan juga harus dapat membaca peluang pasar dan memprediksi kondisi yang sedang berkembang. Industri otomotif sangat berperan penting di dalam perekonomian nasional. Selain menyediakan angkutan orang dan barang untuk transportasi, selain itu juga membuka lapangan kerja.

Perkembangan jumlah penduduk yang pesat dengan bertambahnya masyarakat dengan kondisi ekonomi dari mulai kelas menengah hingga kelas atas mulai semakin banyak bahkan banyak yang beranggapan mobil sebagai kebutuhan primer mereka, agar masyarakat dapat melakukan pekerjaan serta aktivitasnya sehari-hari tanpa merasa kepanasan karena terik matahari dan kondisi di iibukota yang saat ini kondisi macet selalu di temukan di mana saja, di tambah dengan banyaknya debu terbang yang tidak biasa di hitung banyaknya selain itu hujan pun sebagai salah satu alasan masyarakat dalam memilih mobil sebagai alat transortasinya. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dalam jangka waktu tertentu (Tjiptono, 2012:204). Dengan adanya alat transportasi tersebut masyarakat jadi lebih nyaman dalam melakukan suatu perjalanan jauh dari satu tempat ke tempat lainnya, ternyata tidak hanya nyaman yag di harapkan masyarat tetapi ada beberapa hal yang menjadi perbandingan masyarakat dalam memutuskan untuk melakukan pembelian mobil tersebut.

Kotler dan Amstrong (2013: 273) mendefinisikan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang penting untuk konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

Harga merupakan unsur yang berbeda dengan unsur lainnya dalam bauran pemasaran. Bila unsur yang lain dalam pemasaran (yaitu produk, tempat/distribusi, dan promosi) sifatnya adalah pengeluaran, maka harga merupakan unsur yang memiliki sifat menghasilkan atau mendapatkan pemasukan. Philip Kotler (2013: 24), menyatakan bahwa harga dalam arti sempit merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, sedangkan dalam arti luas adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Selain itu, Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai acuan dalam memilih barang/jasa yang diinginkan. Keterkaitan promosi dan keputusan pembelian adalah suatu cara memperkenalkan, mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk/jasa dan mengajak konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Apabila konsumen tertarik untuk menggunakan produk/jasa yang dipromosikan maka akan menimbulkan permintaan pasar. Sebaliknya jika konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin akan produk/jasa yang dipromosikan maka tidak akan menciptakan permintaan. Promosi juga menjadi penentu keberhasilan perusahaan dalam program pemasaran yang baik diperlukan suatu kerangka pengembangan strategi guna merumuskan strategi pemasaran yang efektif agar perusahaan dapat menembus pasar yang dituju sehingga bisa mencapai target penjualan yang telah ditetapkan (Fandy Tjiptono, 2012:55).

Dealer resmi Tunas Toyota hadir di Jakarta khususnya Jatinegara dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen, banyak konsumen mempercayakan pembelian mobil di Dealer Toyota tersebut karena selalu memberikan pelayanan yang terbaik diimbangi dengan penjualan produk yang baik sehingga dari mulai awal berdiri hasil penjualan meningkat dari tahun ke tahun akan tetapi di tahun 2018 total penjualan mobil khususnya pada model Fortuner tidak mencapai target yang sudah di tentukan pada tahun tersebut.

Berikut ini adalah data penjualan unit mobil Toyota Fortuner di Tunas Toyota Jatinegara tahun 2018.

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Toyota Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara tahun 2018 (unit)

Model	Target (unit)	Penjualan (Unit)	Penjualan
Avanza	341	342	Rp 73.119.600.000,00
Calya	588	820	Rp 108.486.000.000,00
Fortuner	141	88	Rp 40.242.400.000,00
Innova	305	459	Rp 135.496.800.000,00
Rush	187	189	Rp 45.341.65.000,00

Sumber: Dealer Tunas Toyota Jatinegara, Jakarta Timur (2019)

Dari Tabel 1.1. diperoleh informasi penjualan mobil Fortuner di Dealer Tunas Jatinegara mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan. Pada tahun 2018 terjual sebanyak 88 unit dari target 141 unit, dengan kata lain targetnya belum tercapai. Akan tetapi mobil-mobil lain terjadi over target seperti mobil Calya yang terjual sebanyak 320 unit dari target 588 unit dan Innova yang terjual sebanyak 459 unit dari target 305 unit.

Berdasarkan uraian di atas, maka sangat penting untuk mengetahui kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian, maka dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinega ra ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian mobil

Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara ?

4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap proses keputusan pembelian mobil Fortuner di Dealer Tunas Toyota Jatinegara

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya antara lain adalah. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

   Membantu para peneliti berikutnya untuk menelaah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi dalam pengambilan langkah dan keputusan berbisnis. Melalui hasil penelitian ini semoga dapat diambil pengaruh positif dari kualitas produk, harga dan promosi bagi perusahaan. Dan juga dapat memahami perilaku pelanggan sehingga mengetahui faktor-faktor yang dapat membangun keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian serta menambah wawasan berfikir terkait manajemen pemasaran mengenai proses keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menjalankan strategi bisnis, yaitu penerapan kualitas produk, harga dan promosi yang berdampak pada proses keputusan pembelian. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pada akhirnya memberikan dampak pada keuntungan jangka panjang bagi perusahaan dan dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif.

4. Bagi Investor

   Hasil penelitian ini dapat digunakan investor sebagai bahan masukan yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan data perusahaan.