

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif merupakan salah satu jenis bisnis yang berkembang pesat di Indonesia. Makin banyaknya jumlah perusahaan otomotif merupakan salah satu bukti, bahwa industri otomotif telah menarik banyak pihak. Hal ini didasari oleh fakta bahwa kekuatan ekonomi Indonesia selama ini didorong oleh sisi domestik yang memiliki daya beli tinggi. Untuk menghadapi permintaan masyarakat akan kebutuhan transportasi, para perusahaan mobil di Indonesia berlomba-lomba untuk meningkatkan produksi dan kualitas barang yang dihasilkannya. Kemudian dengan terus bertambahnya jumlah kendaraan (mobil) sebagai bukti dari meningkatnya presentase penjualan mobil di Indonesia.

Di zaman millenial ini memunculkan berbagai perkembangan pada industri otomotif khususnya mobil. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan mobil untuk alat transportasi dan memenuhi kebutuhan saja, tetapi banyak faktor-faktor lain yang muncul pada diri mereka seiring mengikuti perkembangan teknologi otomotif yang sangat pesat.

Masing-masing dari pabrikan mobil saling berlomba-lomba membuat inovasi dan differensiasi terhadap mobil yang akan mereka buat agar dapat menimbulkan citra tersendiri dan lebih menarik daripada pesaing. Banyak faktor yang mereka kembangkan untuk mengunggulkan merek mereka seperti membuat desain yang jauh lebih menarik, menetapkan harga yang mudah dijangkau oleh

masyarakat dan juga meningkatkan kualitas pada mobil tersebut jauh lebih baik dari sebelumnya dan juga dari pesaing.

Banyak komunitas mobil disikapi positif oleh produsen mobil yang ada di Indonesia. Salah satunya yaitu PT. Isuzu yang merupakan perusahaan yang memproduksi mobil MPV Isuzu Panther. Isuzu Panther dikenal sebagai “Rajanya Diesel” karena kendaraan ini bermesin diesel serba guna yang memiliki ketahanan yang kuat untuk medan yang ekstrim sekalipun. Dirakit berdasarkan chasis dan model yang hampir mirip dengan Toyota Kijang. Model ini sangat cocok untuk membawa banyak penumpang atau barang. Di Indonesia Isuzu Panther memiliki pasar yang cukup luas, terutama munculnya komunitas-komunitas mobil di setiap kota dan semakin banyak.

Isuzu Panther memiliki desain yang simpel yang memberikan kesan yang nyaman kepada penumpang. Fitur dalam interior mobil ini tidak terlalu banyak dan masih fitur-fitur yang biasa. Masih belum ada fitur-fitur yang canggih seperti pada mobil Toyota, Nissan, dll. Desain yang sederhana dan juga harga yang bisa dikatakan cukup tinggi dalam kategori mobil tersebut menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk memunculkan niat pembelian mereka. Seperti pada gambar penjualan dibawah ini.

11 Brand dengan penjualan tertinggi, Januari-Mei 2019

Brand	Jumlah penjualan	Mobil penumpang					Mobil niaga
		MPV	SUV	City Car	Sedan	Hatchback	(Bus/minibus, truck dan pickup)
	134.564	61,4%	27,4%	7,4%	0,9%	2,6%	0,3%
	78.192	16%	14,3%	41,9%			27,7%
	62.943	15,1%	30%	52,8%	1,8%		
	54.875	52,2%	24,8%			0,01%	23%
	41.345	41%	2,1%	13,8%	2,1%		39,2%
ISUZU	9.394	3,1%	3,8%				93,1%
	7.459	72,8%	27,2%				
	5.124	67,2%	27%	5,8%			
	3.584		43,6%	56,4%			
	2.119		58,9%	32,7%	1,7%	6,7%	
	1.054		55,3%				44,7%

Sumber: GAIKINDO (diolah) | Elemen visual: freepik.com (diolah)

lokadata
Oleh Beritagar.id

Sumber : Gaikindo

Gambar 1.1
DATA PENJUALAN INDUSTRI OTOMOTIF (MOBIL)

Jika dilihat dari gambar diatas yang diambil dari Lokadata. Presentasi dari penjualan Isuzu Panther di kategori MPV pada tahun 2019 awal Kuartal I adalah 3,1%. Presentasi tersebut jauh lebih rendah daripada dengan pesaing-pesaingnya. Ada beberapa faktor yang bisa memoengaruhi penjualan Isuzu Panther menjadi rendah daripada pesaing-pesaingnya.

Salah satu yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen adalah desain produk. Menurut Kotler dan Keller (2016) desain produk adalah totalitas fitur yang memengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk bagi konsumen. Ini menawarkan manfaat fungsional dan estetika serta menarik bagi sisi rasional dan emosional kita. Inovasi dan pengembangan produk dalam desain produk akan menghasilkan sesuatu yang baru dan menjadi keunggulan kompetitif bagi

perusahaan. Sehingga membuat perusahaan menjadi pelopor dan bisa memenangkan persaingan di pasar.

Desain dari mobil Isuzu Panther sendiri tidak banyak mengalami perubahan dan inovasi sejak pertama dibuat. Isuzu Panther masih tetap menggunakan desain yang simpel dengan bentuk mobil yang kotak seperti mobil pada jaman-jaman sebelumnya. Tidak ada tambahan variasi-variasi atau aksesoris tambahan di mobil Panther ini. Dibandingkan dengan dengan pesaing-pesaingnya jelas dari segi Desain yang masih minim fitur, mobil Isuzu Panther ini masih kurang menarik bagi konsumen.

Menurut Kottler dan Armstrong (2015) kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Kualitas yang dimiliki dari mobil Isuzu Panther ini bisa dikatakan baik. Mobil ini memiliki body yang kuat dan kokoh dibanding mobil sejenis lainnya. Memiliki dimensi yang luas yang mampu menampung 7 kursi penumpang yang membuat nyaman. Dari segi mesinnya sendiri mobil Panther ini bermesin diesel yang bandel. Artinya memiliki tenaga yang kuat dan ketahanan yang lama

sehingga mobil ini menjadi mobil yang awet. Kualitas dari mobil Isuzu Panther masih bisa kompetitif lebih baik dari pesaing-pesaingnya.

Harga dari produk itu sendiri juga bisa mempengaruhi naik turunnya penjualan. Kesalahan penetapan harga yang terlalu tinggi dapat berakibat berkurangnya daya tarik produk yang bisa membuat volume penjualan berkurang, akibatnya semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan akan mengalami kerugian. Sebaliknya jika penetapan harga yang terlalu rendah, maka operasional perusahaan bisa terganggu, dan dapat mengakibatkan tidak tertutupnya semua operasional biaya, hal ini juga akan merugikan perusahaan.

Harga yang dimiliki oleh Isuzu Panther ini bisa dikatakan tinggi. Berkisar 250 juta – 300 juta Rupiah, mobil ini lebih mahal dibanding mobil keluarga sejenis lain dari pesaing-pesaingnya. Dibanding mobil Toyota Avanza, Daihatsu, Honda, dan pesaing lainnya yang memiliki mobil dengan desain kekinian dan memiliki banyak fitur-fitur yang mewah, mereka hanya memiliki harga berkisar 100 juta – 200 jutaan saja. Dengan selisih harga tersebut kemungkinan konsumen di Indonesia ini akan memilih mobil yang memiliki harga lebih rendah namun memiliki banyak fitur-fitur yang memanjakan.

Untuk itu perlu diadakannya penelitian penyebab rendahnya presentasi pada mobil Isuzu Panther di kalangan konsumen terkait dengan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian seperti yang sudah dipaparkan di awal, yaitu Desain, Kualitas, dan Harga Produk terhadap mobil Isuzu Panther di Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya?
3. Apakah Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh tiga pihak yakni bagi perusahaan, bagi peneliti, dan bagi pembaca. Adapun penelitian mengenai “Pengaruh Desain, Kualitas, dan Harga Produk Terhadap Niat Pembelian Mobil Isuzu Panther di Surabaya” akan bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mendasari konsumen untuk membeli, sehingga dapat digunakan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan strategi pemasaran yang tepat pada masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dimanfaatkan peneliti untuk menerapkan teori yang telah didapat dan untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran serta menambah wawasan mengenai pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga produk terhadap niat pembelian mobil isuzu panther di surabaya.

3. Bagi Pembaca

Digunakan sebagai sumber informasi dan wacana pengetahuan bagi pembaca tentang mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga produk terhadap niat pembelian mobil isuzu panther di surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika hasil dari penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan lebih terstruktur. Adapun susunan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu yang relevan terhadap judul penelitian, Landasan Teori mengenai variabel desain produk, kualitas produk, harga produk, dan niat pembelian mobil Isuzu, Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik pengambilan data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

Gambaran subjek penelitian dan pembahasan berisi tentang uraian mengenai gambaran subyek penelitian, deskripsi hasil penelitian sampai dengan pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi tentang uraian terkait dengan kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk peneliti selanjutnya.