BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia otomotif sekarang ini telah berkembang dengan inovasi-inovasi yang dilakukan oleh para produsen mobil. Produsen mobil yang saat ini beredar di dunia otomotif Indonesia antara lain Honda, Toyota, Suzuki, Daihatsu, Mitsubishi, Nissan, KIA, Hyundai, BMW, Mercedez Benz, Audi, Wuling, DFSK dan merek lain. Masing-masing merek bersaing untuk melakukan inovasi terhadap produknya dengan memberikan diferensiasi pada model desain, mesin dan teknologi yang disesuaikan kebutuhan konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan terhadap alat transportasi yang memiliki nilai ekonomis tinggi, maka persaingan antar produsen mobil semakin ketat dalam mempromosikan dan memasarkan merek mobilnya masing-masing (Woy, 2014:84). Wahyuningsih (2017:2) berpendapat bahwa sarana transportasi merupakan salah satu bagian kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dipenuhi dan tidak dapat dipisahkan. Alat transportasi yang digunakan dapat membantu dan memudahkan aktivitas manusia yang menggunakannya. Hal ini memicu perusahaan otomotif khususnya mobil untuk selalu berinovasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan sesuai permintaan pasar. Persaingan dan variasi produk yang ditawarkan dalam pemasaran memberikan kemudahan calon pembeli untuk memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginan calon pembeli tersebut. Permintaan pasar akan kendaraan yang sedemikian tingginya, dihadapi para produsen otomotif untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli.

Perusahaan otomotif di Indonesia yang memproduksi mobil adalah merek Mitsubishi. PT Kerinci Permata Motors sebagai distributor resmi kendaraan Mitsubishi Motors di Indonesia, baik itu kendaraan penumpang maupun kendaraan niaga ringan. PT Krama Yudha Tiga berlian Motors (KTB) sebagai distributor resmi kendaraan Mitsubishi sejak tahun 1970 dari Mitsubishi Motors Corporation dan Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation terus berkembang dengan pesat. (kendara.id)

Dalam beberapa tahun perkembangan industri otomotif di Indonesia terus mengalami peningkatan yang pesat perkembangan industri otomotif diiringi dengan semakin banyaknya merek kendaraan yang masuk ke pasar otomotif terutama di perusahaan Mitsubishi Semakin banyaknya merek kendaraan yang masuk akan menciptakan sebuah tantangan besar bagi produsen dan distributor otomotif. Bagi konsumen beragamnya merek otomotif membuat mereka lebih selektif dalam memilih merek baru pada peta persaingan untuk meraih pangsa pasar konsumen yang lebih besar. (otomotifzone.co.id)

Salah satu distributor otomotif yang melaksanakan kegiatan operasional di sungai penuh adalah PT Kerinci Permata Motors. Perusahaan tersebut bertugas mendistribusikan berbagai jenis dan tipe kendaraan merek Mitsubishi. Bagi konsumen Mitsubishi tentu bukanlah merek yang asing mengingat telah begitu banyak kendaraan dengan tipe dan merek Mitsubishi yang telah digunakan oleh masyarakat dan keluarga terutama di Sungai Penuh. Mitsubishi sangat memiliki *style* nya terhadap produk-produk kendaraan lainnya yang memiliki desain yang mewah, sedangkan kelemahan dari kendaraan ini adalah suku cadang kendaraan

yang mahal, namun model dan *style* nya smenyesuaikan dengan harga pada Mitsubishi Xpander itu sendiri. (wikipedia.org).

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari PT. Kerinci Permata Motors sungai penuh dapat dilihat dari perkembangannya, Mitsubishi di Sungai Penuh telah berhasil melakukan penjualan berbagai jenis dan tipe kendaraan merek Mitsubshi seperti terlihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Penjualan produk Mitsubishi Periode Januari – Desember 2019
PT. Kerinci Permata Motors Sungai Penuh Jambi

Bulan	**Variance Kendaraan**							
	Mirage	**Pajero**	**Xpander**	**L300**	**Colt T 120**	**Strada**	**Colt Diesel**	**fuso**
Jan	11	9	64	22	16	3	12	11
Feb	17	3	54	84	38	5	6	21
Mar	12	8	13	67	24	6	21	12
Apr	19	10	26	32	19	8	11	28
Mei	8	8	37	63	25	8	10	42
Jun	11	7	43	46	46	3	15	14
Jul	13	17	35	33	39	8	11	23
Agust	14	6	22	49	47	4	12	44
Sep	9	7	15	77	20	9	25	19
Okt	10	5	55	62	12	4	21	49
Nov	12	4	46	47	37	7	9	26
Des	13	8	20	56	35	6	14	27
Total	149	102	448	632	376	71	155	316

unit								

(Sumber : PT. Keinci Permata Motors)

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat jumlah penjualan yang dimiliki masing- masing jenis kendaraan keluaran Mitsubishi *relative* berbeda. Total penjualan tertinggi dimilki oleh kendaraan Mitsubshi jenis L 300 yaitu dengan total penjualan mencapai 632 unit sedangkan total penjualan perunit paling rendah yaitu Mitsubishi Strada yang hanya terjual sebanyak 71 unit dalam satu tahun.

Mitsubishi Xpander adalah sebuah MPV 7 penumpang yang dirancang dan diproduksi di Indonesia oleh Mitsubishi Motors. Mobil ini pertama kali dimunculkan di situs web Mitsubishi Motors pada tanggal 17 Juli 2017. Mobil ini diperkenalkankan pada tanggal 24 Juli 2017 di Jakarta dan diluncurkan pada 10 Agustus 2017 di pameran Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2017 di Indonesia *Convention Exhibition* BSD, Tangerang Selatan. Mobil ini mulai dijual pada tanggal 3 Oktober 2017. Mobil ini didasarkan dari atau ditampilkan oleh XM *Concept* yang pertama kali ditampilkan di acara yang sama sebelumnya pada ajang GIIAS tahun 2016. Mobil ini tersedia dalam lima pilihan tipe, yaitu GLX Manual, GLS Manual *or Automatic, Exceed Manual or Automatic, Sport Manual or Automatic*, dan varian tertinggi yaitu Ultimate. Dari semua tipe ini ada juga beberapa varian kecuali GLX yang disediakan menggunakan Body Kit resmi Mitsubishi Xpander. Versi *crossover SUV* dari Xpander yang bernama Xpander Cross diluncurkan pada tanggal 12 November 2019. Versi *facelift* dari Xpander diluncurkan pada tanggal 21 Februari 2020 di Central Park Jakarta. (wikipedia.org)

Hasil penjualan kendaraan penumpang pada dealer Mitsubishi mulai dari bulan Januari hingga Desember 2019 mencapai 2.309 unit terbesar, pada hasil tersebut berasal dari penjualan Mitsubishi Xpander. Di mana sejak diluncurkannya pada Agustus 2017, Mitsubishi Xpander telah berhasil memenuhi target *marketing* nya dengan penjualan sebanyak 100.000 unit dalam waktu 18 bulan pada Maret 2019. Tidak hanya itu, pada kuartal pertama 2019, Xpander berhasil mendominasi 448 unit pada segmen *small* MPV dengan basis *retail* . Sementara penjualan kendaraan niaga ringan Mitsubishi dari *dealer* ke konsumen juga mendapatkan capaian positif pada periode Januari-Desember 2019 dengan penjualan sebesar 632 unit. Pencapaian telah ini telah mendapatkan kontribusi terbesar dari kendaraan unit *pick up small class* 4x2 yaitu model L300 yang tetap menjadi pemimpin pasar yang setara, Kemudian pada kuartal pertama tahun 2019, produk Mitsubishi Motors di Indonesia mendapatkan apresiasi yang sangat baik dari masyarakat. Capaian ini juga telah mengantarkan MMKSI menjadi distributor nomor pertama dalam *sales performance* untuk penjualan Mitsubishi Motors Global pada April 2018 – Maret 2019. Sejak bulan April 2019, telah beroperasi 143 dealer resmi kendaraan penumpang dan niaga ringan Mitsubishi Motors di seluruh Indonesia, dan masih akan terus bertambah hingga 153 dealer hingga akhir Maret 2020.

(Sumber: PT. Kerinci Permata Motors)

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survey awal yang di lakukan terhadap 30 responden pengendara Mitsubshi Xpander, dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel 1.2
Data Survei Awal
Tingkat keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata	Persentase
		1	2	3	4	5		
1.	Saya memilih Mobil Mitsubishi Xpander sebagai pilihan pertama ketika memutuskan untuk membeli Mobil Mitsubshi Xpander di Sungai Penuh Jambi.		1	8	17	4	3,8	76%
2.	Saya memutuskan melakukan pembelian mobil Mitsubishi Xpander karena persedian *stock* yang mudah didapat pada *showroom* Mitsubishi Xpander di Sungai Penuh jambi.	1	2	5	13	9	3,9	78%
3.	Saya memutuskan melakukan pembelian mobil Mitsubishi Xpander karena sering memberikan diskon pada hari-hari dan bulan-bulan tertentu.	1	2	5	18	4	3,7	74%
Rata-Rata							3,8	76%

(Sumber: PT. Kerinci Permata Motors)

Berdasarkan dari tabel 1.2 yaitu dari data survey awal yang dilakukan peneliti yang menggunakan 30 orang responden secara acak dengan 3 item pernyataan menggunakan survey awal dengan tujuan untuk melihat tingkat keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di sungai penuh, menemukan bahwa memiliki nilai rata-rata sebesar 3,8 atau dengan presentase sebesar 76%. Maka dapat diartikan bahwa tingkat keputusan pembelian Mitsubishi Xpander masih dalam kategori rendah.

Jadi, dari data perusahaan PT. Kerinci Permata Motors yang menunjukan posisi Mitsubishi Xpander masuk dalam posisi kedua walaupun Mitsubishi Xpander tersebut

menduduki posisi kedua yang tertinggi, sementara dari hasil survey awal yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap Mitsubishi Xpander masih rendah, tentunya dari data data tersebut merupakan permasalahan yang harus di pecahkan dan merupakan fenomena yang akan diteliti.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Kotler dan Amstrong, 2008:179). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler dan Amstrong, 2008:63). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, kerena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Sebagai perbandingan untuk Mitusbishi Xpander, Toyota menyediakan lebih banyak pilihan varian Avanza, baik dari segi kapasitas mesin maupun transmisinya. Sedangkan Mitsubishi membatasi varian transmisi dan hanya punya satu pilihan mesin. Tabel berikut menggambarkan perbandingan varian dan harga kedua MPV ini:

Tabel 1.3
Perbandingan varian harga Mitsubshi Xpander dan Honda Mobilio

Varian	Mitusbishi Xpander		Honda Mobilio	
	Tipe	Harga	Tipe	Harga
Tertinggi	Ultimate	Rp.245.350.000	Mobilio RS CVT	Rp. 243.500.000
	Sport	Rp. 237.150.000	Mobilio RS MT	Rp. 233.000.000
Menengah	Exceed AT	Rp. 224.950.000	Mobilio E CVT	Rp. 221.000.000
	Exceet MT	Rp. 214.550.000	Mobilio E MT	Rp. 210.000.000
Rendah	GLS MT	Rp. 208.550.000		
	GLS MT	Rp. 189.050.000	Mobilio S MT	Rp. 189.500.000

(Carusermagz.com)

Tabel diatas menggambarkan pada kita bahwa Honda menyediakan 5 pilihan varian Mobilio, dengan hanya satu pilihan mesin dan transmisi manual dan CVT. Sedangkan Mitsubishi membatasi varian transmisi untuk tiap variannya.

Mitsubishi Xpander lebih mahal pada level yang sama. Namun selisih harganya tidak terpaut jauh hanya berkisar Rp.2 hingga 5 juta saja, hal ini wajar-wajar saja Karen deimensi mesin Xpander yang lebih besar dan fitur yang lebih banyak.

Honda Mobilio unggul dalam piliban varia hamper semua tipe tersedia pilihan transmisi manual dan *matic*, kecuali tipe S yang hanya ada transmisi manual. Sedangkan Mitsubishi Xpander hanya Exceed yang punya dua pilihan transmisi sedangkan tipe tertinggi hanya ada *matic* dan tipe bawah hanya ada manual.

Keputusan pembelian mobil Mitsubshi Xpander juga tidak terlepas dari *life style* dari produk tersebut. *Lifestyle* berkembang karena ada kebutuhan, tuntutan dan penguatan, adalah mahzap behavioristik yang menyatakan bahwa suatu perilaku akan diulangi bila perilaku tersebut membawa kepuasan atau kenikmatan dan tidak ada hukuman yang menyertainya. Menurut

Kotler dalam (Wicaksono, 2018), *life style* adalah pola seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

Life style menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Oleh sebab itu sebagai pelaku pasar senantiasa harus dapat beradaptasi terhadap selera ataupun keputusan membeli pelanggan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Sejalan dengan maraknya bisnis otomotif membuat usaha di bidang ini menjadi diminati banyak investor baik dalam skala menengah hingga konglomerat, selain deregulasi yang dilakukan pemerintah semakin aspiratif terhadap iklim usaha juga kesejahteraan masyarakat dibidang ekonomi yang secara umum menunjukan gejala yang terus meningkat menyebabkan kebutuhan hidup yang semakin komplek termasuk didalamnya kebutuhan akan sarana transportasi. Menurut Kotler dalam (Wicaksono, 2018)

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Jika dikaitkan dengan atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Atribut produk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk itu sendiri Agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian atribut produk, jadi Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Dan juga Atribut produk adalah unsur-unsur dari sebuah produk yang dipandang penting oleh konsumen dan mencerminkan pengembangan suatu produk untuk dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Kotler dan Keller dalam (Saidani, 2013)

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **PENGARUH HARGA, *LIFE STYLE* DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBIL MITSUBISHI XPANDER DI SUNGAI PENUH JAMBI.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi ?
2. Bagaimana pengaruh *life style* terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi ?
3. Bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *life style* terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Sungai penuh Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara jelas dalam membentuk keputusan pembelian melalui harga, *life style*, dan atribut produk. Selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan informasi bagi perusahaan PT. Kerinci Permata Motors untuk lebih memahami sejauh mana peranan harga, *life style* serta atribut produk terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubishi Xpander. Serta dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan