

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun perkembangan industri *automotive* di Indonesia terus mengalami peningkatan. Pesat perkembangan industri *automotive* di iringi dengan semakin banyaknya merek kendaraan yang masuk kepasar *automotive* Indonesia. Semakin banyaknya merek kendaraan yang masuk akan menciptakan keuntugan bagi konsumen akan tetapi menciptakan sebuah tantangan besar bagi produsen dan distributor *automotive*. Bagi konsumen semakin beragamnya merek *automotive* akan semakin membuat mereka lebih selektif dalam memilih merek kendaraan yang mereka sukai, akan tetapi bagi produsen dan distributor *automotive* keberadaan merek merek baru akan semakin meningkatkan peta persaingan untuk meraih pangsa pasar konsumen yang lebih besar.

Salah satu distributor *automotive* yang melaksanakan kegiatan operasional di Kota Padang adalah PT Andalas Berlian Motor. Perusahaan tersebut bertugas mendistribusikan berbagai jenis dan tipe kendaraan merek Mitshubishi. Bagi konsumen Mitshubishi tentu bukanlah merek yang asing mengingat telah begitu banyak kendaraan dengan berbagai tipe dengan merek Mitshubishi digunakan oleh masyarakat dan keluarga di Indonesia. Mitshubishi sangat terkenal sebagai produsen kendaraan berdesain mewah dan kuat, kelemahan dari kendaraan merek Mitshubishi adalah suku cadang kendaraan yang relatif mahal, akan tetapi seluruh jenis kendaraan bermerek Mitshubishi memiliki desain yang mewah dan tidak ketinggalan zaman (Bastian, 2018).

Pada akhir tahun 2017 yang lalu Mitshubisi Motors memperkenalkan varian terbaru mereka yaitu Mitshubishi Expander. Produk tersebut merupakan modifikasi dari varian produk di atasnya yaitu Mitshubishi Pajero. Dalam hal ini Mitshubishi Expander dijual dengan harga yang relatif dibawah Mitshubishi Pajero, akan tetapi Mitshubishi Expander dianggap memiliki performance yang menarik dan tidak kalah jauh dibandingkan dengan Pajero. Dalam waktu singkat Mitshubishi Expander telah ditawarkan pada berbagai distributor Mitshubishi di berbagai Kota di Indonesia salah satunya adalah Kota Padang.

Kehadiran Mitshubishi Expander di Kota Padang cukup membuat masyarakat tertarik untuk mengamati langsung dan mencoba varian terbaru produksi Mitshubishi Motor tersebut. Untuk memenuhi harapan masyarakat tersebut Andalas Berlian Motor Padang yang merupakan distributor utama Mitshubishi Motor Indonesia rutin mengadakan ekshibisi untuk memperkenalkan Mitshubishi Expander kepada masyarakat, diharapkan event tersebut dapat meningkatkan penjualan Mitshubishi Expander khususnya di Kota Padang. Sesuai dengan data yang peneliti peroleh dari PT Andalas Berlian Motor Padang terlihat perkembangan unit penjualan berbagai jenis dan tipe kendaraan merek Mitshubishi seperti terlihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Penjualan Produk Mitsubishi Periode Januari – Desember 2018
PT Andalas Berlian Motor Cabang Padang (Dalam Unit)

Bulan	Variance Kendaraan							
	Mirage	Pajero	Expander	L300	Colt T120	Strada	Colt Diesel	Fuso
Jan	11	9	-	52	26	3	12	26
Feb	17	3	3	94	58	5	6	41
Mar	12	18	2	77	44	6	21	52
Apr	19	10	5	42	39	8	11	38
Mei	8	8	-	63	45	8	10	62
Jun	11	7	2	56	66	3	15	44
Jul	13	17	4	53	59	8	11	33
Agust	14	6	-	59	67	4	12	64
Sep	9	7	3	77	80	9	25	29
Okt	10	5	3	72	62	4	21	49
Nov	12	4	-	57	53	7	9	56
Des	13	8	-	66	57	6	14	47
Total Unit	149	102	22	716	656	71	155	515

Sumber: PT Andalas Berlian Motor Padang (2018)

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa sepanjang tahun 2018 terlihat total penjualan Mitshubishi Expander tidak sebaik varian lainnya dari Mitshubishi seperti Pajero, Mirage atau berbagai kendaraan jenis truk keluaran Mitshubishi. Tidak tercapainya target penjualan Mitshubishi Expander khususnya pada distributor Mitshubishi di Kota Padang diduga terjadi akibat melamahnya keputusan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian terhadap kendaraan Mitshubishi Expander. Hal tersebut terjadi karena ketika konsumen membeli Mitshubishi Expander, mereka tidak dapat langsung menggunakan dan membawa pulang kendaraan merek Mitshubishi Expander, hal tersebut terjadi karena begitu banyaknya permintaan masyarakat terhadap jenis kendaraan tersebut, Akibat begitu lamnya masa menunggu mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen, yang tadinya ingin membeli Mitshubishi Expander akan tetapi mereka justru beralih menggunakan varian produk Mitshubishi lainnya.

Jika situasi tersebut terus dibiarkan maka keputusan konsumen untuk membeli Mitsubishi Expander akan terus menurun, oleh sebab itu sangat penting bagi distributor untuk menciptakan inovasi pemasaran dalam rangka mendorong terwujudnya keunggulan bersaing yang ditandai dengan meningkatnya penjualan Mitsubishi Expander khususnya di Kota Padang.

Didalam membeli berbagai merek kendaraan khususnya Mitsubishi Expander terdapat kompleksitas pengambilan keputusan pembelian. Rowe dan Mason (1992) dalam Kotler dan Keller (2012:241) mengungkapkan bahwa kompleksitas pengambilan keputusan berkaitan dengan proses pengambilan keputusan yang panjang yang meliputi adanya identifikasi kebutuhan, proses pencarian informasi, pemilihan alternatif, tindakan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Identifikasi kebutuhan berkaitan dengan penetapan prioritas kebutuhan mana yang dipenuhi terlebih dahulu. Untuk menentukan prioritas kebutuhan yang harus dipenuhi dibutuhkan waktu berfikir yang relatif panjang. Setelah konsumen mengetahui kebutuhan prioritas yang harus dipenuhi, maka proses pencarian informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibutuhkan akan dilakukan. Pencarian informasi dilakukan dengan mengamati media cetak, elektronik atau bertanya dengan sahabat atau orang terdekat. Melalui informasi yang diperoleh akan diketahui beberapa merek produk sejenis yang akan dipilih berdasarkan kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen. Ketika konsumen telah memiliki pilihan merek yang dapat memenuhi kebutuhannya maka tindakan pembelian akan terjadi *action*, setelah konsumen melakukan pembelian dan

merasakan nilai dan manfaat dari merek produk yang digunakan maka akan muncul perasaan dalam bentuk sikap positif atau negatif yang akan menentukan keputusan konsumen pada merek produk yang sama dimasa mendatang.

Almona (2017) menyatakan bahwa gender menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli sebuah produk atau jasa. Perbedaan gender akan mendorong adanya perbedaan kebutuhan sehingga akan mempengaruhi pertimbangan atau gaya pengambilan keputusan oleh konsumen. Andespa (2017) menemukan bahwa terdapat perbedaan gaya pengambilan keputusan berdasarkan gender.

Disamping gender, variabel demografis lainnya yang dapat mempengaruhi gaya pengambilan keputusan adalah pekerjaan. Perbedaan pekerjaan yang dimiliki masing masing individu akan mempengaruhi perbedaan kebutuhan atau keinginan. Mengingat masing masing individu memiliki pekerjaan yang relatif berbeda antara satu dengan yang lain. Semakin tinggi level pekerjaan seseorang akan mempengaruhi tipe produk dan jasa yang mereka butuhkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andespa (2018) menemukan bahwa terdapat perbedaan kompleksitas keputusan pembelian khususnya dalam membeli pakaian jadi berdasarkan pekerjaan. Hasil penelitian yang sama juga diperoleh oleh Harahap (2018) menemukan terdapat perbedaan kompleksitas proses terbentuk keputusan pembelian berdasarkan pekerjaan dalam membeli mobil keluaran Mithshubisi. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan pekerjaan akan mendorong seseorang memiliki perbedaan kebutuhan, mengingat pekerjaan akan

mempengaruhi gengsi atau prestise seseorang baik dalam kehidupan masyarakat atau pun didalam lingkungan organisasi.

Pujiharti dkk (2015) menyatakan bahwa gaya pengambilan keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh karakteristik demografis yang diukur dengan jumlah tanggungan. Dalam hal ini individu yang telah memiliki tanggungan seperti istri dan anak akan cenderung memiliki orientasi untuk memiliki kendaraan, akan tetapi didalam mengambil keputusan mereka coba memiliki gaya yang berbeda, khususnya dalam memilih tipe dan harga kendaraan yang akan digunakan.

Hasil penelitian Anifah (2017) menemukan bahwa terdapat perbedaan kompleksitas keputusan pengambilan keputusan seseorang dalam membeli kendaraan berdasarkan karakteristik demografis khususnya yang dikur jumlah keluarga. Semakin banyak jumlah anggota keluarga akan menentukan tipe kendaraan yang akan dibeli. Hanafi (2016) menemukan bahwa proses pengambiln keputusan pembelian konsumen dalam membeli tipe kendaraan sangat tergantung pada jumlah anggota keluarga inti, semakin besar atau banyak jumlah anggota keluarga maka tipe kendaraan yang dibeli adalah kendaraan keluarga khususnya Toyota Kijang,

Sesuai dengan uraian ringkas fenomena dan latar belakang masalah peneliti tertarik kembali meneliti perbedaan gaya pengambilan keputusan yang diduga juga didorong oleh karakteristik denografis konsumen. Penelitian ini direncanakan dilakukan pada pengguna mobil merek Mitshbishi Expander di Kota Padang. Penelitia ini merupakan inovasi dari penelitian yang telah dilakukan

peneliti terdahulu. Penelitian ini bersifat empiris yang berjudul: **Analisis Perbedaan Kompleksitas Pengambilan Keputusan Pembelian Mitshubishi Expander Berdasarkan Karakteristik Demografis Pada Konsumen di Kota Padang**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan kepada latar belakang masalah yang diajukan dapat diajukan beberapa permasalahan yang akan dibuktikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat perbedaan kompleksitas pengambilan keputusan pembelian Mitshubishi Expander berdasarkan gender ?
2. Apakah terdapat perbedaan kompleksitas pengambilan keputusan pembelian Mitshubishi Expander berdasarkan pekerjaan ?
3. Apakah terdapat perbedaan kompleksitas pengambilan keputusan pembelian Mitshubishi Expander berdasarkan pendapatan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah mengetahui perbedaan kompleksitas atau siklus terbentuknya keputusan pembelian pada mobil Mitshubishi Expander pada konsumen di Kota Padang berdasarkan karakteristik demografis yang diukur dengan gender, pekerjaan dan pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi:

1. Praktisi, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan alat evaluasi bagi distributor untuk mendorong meningkatnya penjualan Mitsubishi Expander khususnya di Kota Padang khususnya dengan kebutuhan, dan kekebalan yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek yang merupakan bagian dari kompleksitas terbentuknya keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek produk khususnya mobil Mitsubishi Expander.
2. Akademisi hasil yang diperoleh dapat dijadikan acuan dan referensi bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik melakukan penelitian yang membahas permasalahan yang sama.