

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dunia industri di Indonesia ini, semakin berkembang pesat dan luas oleh karena itu konsumen harus bersifat selektif dalam melakukan proses pembelian. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler (2009) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dapat diartikan bahwa kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dari suatu produk.

Dari segi pemasar kualitas harus diukur dari sudut penglihatan dan tanggapan pembeli terhadap kualitas itu sendiri, dalam hal ini selera pribadi sangat mempengaruhi. Oleh karena itu secara umum dalam mengelola kualitas produk, harus sesuai dengan kegunaan yang diharapkan.

Sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk mobil maka terbuka bagi para pengusaha. hal ini dapat terlihat dari layaknya jenis dan merek mobil yang ditawarkan saat ini dengan banyaknya perusahaan dan merek tersebut, maka hal ini mengakibatkan konsumen semakin teliti dan kritis dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginannya.

Dalam hal ini perusahaan lebih memprioritaskan kualitas produk dibandingkan harga karena telah kita ketahui bahwa pesaing yang lain banyak menurunkan harga untuk mendapatkan konsumen dan tidak mepedulikan masalah kualitas produk dari merek, tipe dan desain interior maupun eksterior dari mobil tersebut.

Menurut Tjiptono (2012:51) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Jadi bisa dikatakan harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing pihak. Pada awalnya pihak penjual akan menetapkan harga yang tinggi dan pembeli akan menetapkan penawaran dengan harga yang rendah. Sebuah harga produk merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh konsumen dalam membeli suatu produk, jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Mobil Honda Mobilio**  
**Tahun 2014-2016**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Januari	70 unit	95 unit	135 unit
Febuari	125 unit	142 unit	132 unit
Maret	142 unit	155 unit	130 unit
April	175 unit	115 unit	115 unit
Mei	148 unit	125 unit	170 unit
Juni	180 unit	123 unit	175 unit
Juli	160 unit	156 unit	180 unit
Agustus	124 unit	141 unit	182 unit
September	145 unit	137 unit	185 unit
Oktober	150 unit	129 unit	205 unit
November	123 unit	140 unit	230 unit
Desember	140 unit	203 unit	250 unit

Total	1.682 unit	1.661 unit	2.089 unit
-------	------------	------------	------------

Sumber :PT. Honda Maju Motor Palembang

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan mobil honda pada tahun 2014 sebesar 1.682 unit, tahun 2015 sebesar 1.661 unit, pada tahun 2016 mobilio mengalami peningkatan sebesar 2.089 unit. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli konsumen pada tahun 2016 semakin meningkat sehingga berdampak terhadap penjualan mobil mobilio.

**Tabel 1.2**  
**Spesifikasi Dan Harga**  
**Honda Mobilio**

No	Jenis Dan Tipe Kendaraan	Harga
1	Merek : Honda mobilio tipe RS Spesifikasi : Mesin : 1,5 L SOHC 4 Silinder Segaris 16 Katup I-VTEC + DBW Daya : 88 (118) KW (PS)/ 6.600 rpm Fasilitas: 6.211 monitor audio, AM/FM Radio, CD&DVD Player, Aux-in, USB PORT, MADE for Ipod/Phone, Bluetooth connection, HDMI Port.	Rp.221.000.000,-
	Merek : Honda mobilio tipe E Spesifikasi : 1. Mesin : 1,5 L SOCH Silinder Segaris, 16 katup i-VTEC + DBW 2. Daya : 88 kw (118 PS) / 6.600 rpm 3. Fasilitas : smart entry system, one push ignition system, paddle shift, cruise control, audio steering switch, black interior color, chrome outer door handle, half leather seat, auto A/C with smart touch. Chrome air conditioner outlet knob and ring, rear center armrest, vanity mirror with lights.	
2		Rp 210.000.000,-
3.	Merek : Honda Mobilio tipe S Spesifikasi :	Rp 189.500.000,-
	1. Mesin : 1,5 L SOHC 4 Silinder Segaris,16 Katup I-VETC + DBW	

- 
2. Daya : 88 KW (118 PS) / 6.600 rpm
  3. Fasilitas : 7.0" Touch Screen Monitot, CD / DVD, MP3/WMA, Radio, HMDI Port, USB Port, Smartpone Connection, Bluetoothecon Button.
- 

Sumber : PT.Honda Maju Motor Palembang.

Berdasarkan dari tabel 1.2 di atas konsumen percaya bahwa produk Honda Mobilio memiliki keunggulan tersendiri dari segi penggunaan dan juga daya tahan dari mobilio itu sendiri. Terlihat dari tahun ke tahun Honda Mobilio ini mengalami peningkatan spesifikasi dan harga yang terjangkau sehingga membuat konsumen banyak yang memilih Honda mobilio, maka bisa dilihat bahwa harga dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih produk Honda Mobilio tersebut.

Hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk dikarenakan *trend* dan kualitas produk itu sendiri seperti kelebihan yang dimiliki oleh produk honda mobilio, namun tidak hanya itu saja faktor harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Harga menarik yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada konsumen menjadi penentu keputusan pembelian itu sendiri. Menurut Tjiptono (2012:151) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Jadi bisa dikatakan bahwa harga tergantung pada kemampuan negosiasi antara penjual dan pembeli untuk mencapai suatu kesepakatan yang sesuai dengan keinginan kedua belah pihak yang melakukan sebuah transaksi.

Menurut Kotler (2012:509) metode penentuan harga dapat didekati dengan menyeleksi harga akhir dengan menambahkan faktor-faktor diantaranya dimana

konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas dan kebijaksanaan harga perusahaan dengan tujuan memberikan kuota harga kepada tenaga penjualan untuk diberikan kepada konsumen untuk perusahaan. biaya, 6) tujuan perusahaan, 7) pengawasan pemerintah. Dari beberapa faktor penetapan harga diatas tentunya perusahaan juga mempunyai tujuan khusus memberikan harga yang menarik kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2005:152) tujuan Dalam hal ini tentunya tidak mungkin penjual memberikan harga yang murah untuk menjual produknya kepada konsumen, pasti penjual telah mempertimbangkan beberapa faktor yakni: 1) keadaan perekonomian saat ini, 2) penawaran dan permintaan, 3) elastisitas permintaan, 4) persaingan, 5) penetapan harga, yaitu: 1) tujuan berorientasi pada laba, setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. 2) tujuan berorientasi pada volume, dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar. 3) tujuan berorientasi pada citra merek, perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. 4) tujuan stabilisasi harga, dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan pemimpin industri. 5) tujuan-tujuan lainnya, untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Dapat dilihat bahwa penetapan harga yang diberikan oleh penjual kepada konsumen tentunya mempunyai tujuan yakni memberikan kepuasan kepada

konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan pembelian di Honda Maju Mobilindo.

Perusahaan Honda Maju Motor berada di tanjung api-api Palembang. Perusahaan ini menjual berbagai macam produk mobil honda, salah satunya yakni mobil honda mobilio. Perusahaan ini tidak hanya melakukan penjualan di tempat, melainkan melalui media cetak dan mediasosial media yakni facebook, instragram, OLX, dan sosial media lainnya. Perusahaan ini mampu menjual produknya sebanyak 2.089 per tahun.

Menurut Swastha dan Handoko (2013:102) hal yang mempengaruhi keputusan pembelian mempunyai 5 komponen yakni:

1. Keputusan tentang jenis produk yaitu konsumen dapat mengambil keputusan konsumen untuk membeli sebuah mobil atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memuaskan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli mobil serta alternatif yang mereka pertimbangkan.
2. Keputusan tentang bentuk produk yaitu konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk mobil tertentu. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk yang diinginkan agar dapat memaksimalkan daya tarik produknya.
3. Keputusan tentang produk yaitu konsumen harus mengalami keputusan tentang produk mana yang akan dibeli, Setiap produk memiliki perbedaan-

perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah produk.

4. Keputusan tentang waktu pembelian yaitu konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian, masalah ini akan menyangkut tersediannya uang untuk membeli mobil oleh konsumen dalam penentuan waktu pembelian.
5. Kebutuhan tentang cara pembayaran yaitu konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang dibeli, apakah secara tunai atau dengan cicilan, keputusan tersebut akan mempengaruhi tentang penjual dan jumlah pembelian. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui keinginan pembelian terhadap cara pembayarannya.

Dari penelitian terdahulu Hasil Penelitian Isyanto (2012) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blacberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singa Perbangsa Karawang”. Membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone secara signifikan. Dan hasil Penelitian Faedah (2016), dengan judul “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea Di Samarinda”. Membuktikan bahwa produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian lea berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan latar belakang di atas menimbulkan ketertarikan untuk meneliti kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Mobilio di PT. Honda Maju Mobilindo Palembang. Oleh karena itu judul penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk

dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio Di PT. Honda Maju Motor.

### **B. Perumusan Masalah**

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobilio di Palembang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobilio di Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan membuktikan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobilio di Palembang?
2. Untuk Menganalisis dan membuktikan apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobilio di Palembang?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan  
Dapat memberikan masukan pada perusahaan mengenai adanya pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Mobilio di Palembang.



## 2. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori yang di peroleh selama kuliah terhadap kondisi yang dihadapi perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Mobilio di Palembang.

## 3. Bagi peneliti lainnya

Hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel serupa yaitu kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian Honda Mobilio di Palembang.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini memaparkan konsep teori sebagai acuan penulisan dan penelitian ini, landasan teori yang diambil adalah kualitas produk, harga, keputusan pembelian dan penelitian terdahulu, hipotesis, kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan di bahas mengenai jenis penelitian, ukuran populasi dan teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan tabel operasional.

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan dari kuesioner yang telah di jawab oleh responden secara kuantitatif dan kualitatif deskriptif.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan Bab penutup dalam penulisan skripsi ini yang terdiri dari simpulan yang mencakup inti dari seluruh hasil penelitian selain itu berisi saran masukan yang merupakan kemungkinan yang dapat ditempuh perusahaan guna mengatasi permasalahannya.