

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pada era persaingan yang begitu ketat saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang relatif pesat serta beragamnya kegiatan kerja setiap orang memungkinkan segala kegiatan tadi wajib dilakukan secara cepat, supaya orang mampu melakukan pekerjaan secara cepat, diharapkan wahana pendukung, mirip sarana transportasi. Transportasi adalah alat yang bermanfaat buat memindahkan barang atau orang pada kuantitas eksklusif, ke suatu daerah tertentu, pada jangka waktu eksklusif. Salah satu wahana transportasi tersebut merupakan mobil. Diantara berbagai jenis mobil, terdapat satu jenis yg paling banyak diminati konsumen, Persaingan ketat bisnis mobil akan terjadi di segmen ‘sejuta umat’ yaitu *low multi purpose vehicle* alias (LMPV) seiring diluncurkannya beberapa produk baru yang selama ini menjadi pemain besar di segmen tersebut. Produk baru yang dimaksud adalah Grand New Toyota Avanza dan Veloz, Great New Daihatsu Xenia, dan New Suzuki Ertiga. Pembaruan yang dilakukan Toyota, Daihatsu dan Suzuki ertiga. (otomotif.bisnis.com)

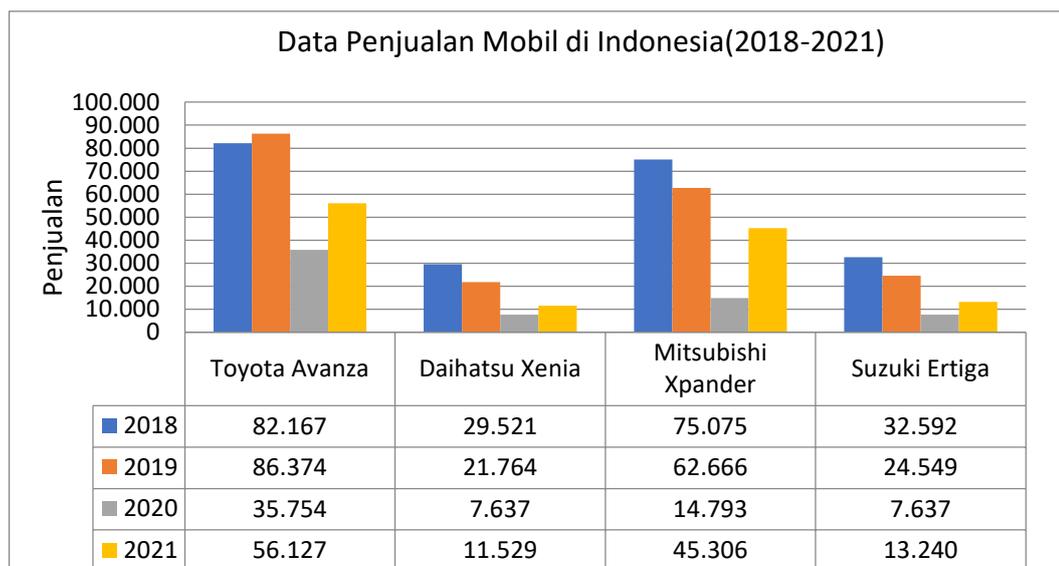
industri otomotif berkembang dengan pesat. Yang merupakan sektor dengan kontribusi cukup tinggi kepada perekonomian nasional. Meningkatnya penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2021 merupakan bukti industri otomotif berkembang dengan pesat, penjualan mobil di Indonesia naik sebesar 340% atau 15.145 unit secara tahunan pada bulan Juli 2021. Industri otomotif merupakan sektor dengan kontribusi besar kepada perekonomian nasional (Kiryanto, 2021)

Berkembangnya industri otomotif dan kondisi perekonomian yang membaik menyebabkan meningkatnya permintaan mobil, sementara itu populasi mobil yang terus meningkat tidak diimbangi dengan pembangunan infrastruktur yang sudah tidak dapat mengimbangi laju pertumbuhan populasi mobil sehingga menyebabkan masalah baru yaitu kemacetan. Produsen mobil terus bersaing untuk memberikan terobosan terbaik untuk mengatasi kemacetan lalu lintas yaitu dengan membuat mobil *low multi purpose vehicle* alias (LMPV)

*Low multi purpose vehicle* alias (LMPV) LMPV kendaraan keluarga berkapasitas tujuh penumpang. kendaraan beroda empat ini sesuai di gunakan

menggunakan kebiasaan warga Indonesia, yang kerap berpergian mengajak keluarga, yang kerap berpergian dengan keluarga. LMVP kini juga bertabur fitur kekinian nan canggih. selain ga kalah canggih dengan mobil mvp LMVP mampu menunjang akomodasi sehari-hari dan irit bahan bakar. Indonesia mendapat peringkat ke empat menjadi negara dengan penduduk terbanyak yang terkonsentrasi di perkotaan antara lain Bekasi, Depok, Jakarta, Bogor, Tangerang. Oleh sebab itu minat masyarakat untuk membeli *Low multi purpose vehicle* alias sangat tinggi (Amron, 2018)

Permintaan kendaraan roda empat yang terus meningkat yang membuat persaingan antara produsen roda empat menguntungkan masyarakat, karena produsen bersaing untuk membuat konsumen kualitas produk yang terbaik, meningkatkan citra merek dan memberikan harga yang kompetitif. Hal tersebut ini yang membuat banyaknya pilihan kendaraan roda empat yang memiliki kualitas produk baik dan harga kompetitif. Masyarakat harus lebih selektif memilih kendaraan roda empat yang mereka pilih dikarenakan banyaknya pilihan yang tersedia. Masyarakat dapat membuat keputusan pembelian didasarkan faktor citra merek, kualitas produk, dan harga. Salah satu kendaraan yang digemari masyarakat indonesia ialah mobil toyota avanza karena sesuai dengan kebutuhan mayoritas masyarakat indonesia dan mampu menampung penumpang hingga 7 orang. Di Indonesia data penjualan mobil pada tahun 2018 sampai tahun 2020 dapat digambarkan melalui gambar dan diperjelas melalui tabel penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2018 – 2020 berikut.



**Gambar 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2021)**

Sumber : data diolah gaikindo.or.id

**Tabel 1. Data Penjualan Mobil di Indonesia (2018-2021)**

No	Merek	Penjualan (unit)			
		2018	2019	2020	2021
1	Toyota Avanza	82.167	86.374	35.754	56.127
2	Daihatsu Xenia	29.521	21.764	7.637	11.529
3	Mitsubishi Xpander	75.075	62.666	14.793	45.306
4	Suzuki Ertiga	32.592	24.549	7.637	13.240

Sumber : data diolah gaikindo.or.id

Berdasarkan data dari gambar 1 dan tabel 1 bisa diketahui penjualan Mobil Toyota Avanza Mengalami penerunan drastis di tahun 2020 Namun pada data tersebut dapat dilihat bahwa Mobil Toyota Avanza merupakan mobil laris di Indonesia pada tahun 2019. Mobil Toyota Avanza penjualannya Tidak selalu turun namun mengalami fluktuasi.

Pada tahun 2019 mobil Toyota Avanza mengalami kenaikan penjualan sebesar 4,8%, sedangkan di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 41% dan kemudian di tahun 2021 mengalami kenaikan 36,31% di bandingkan tahun sebelumnya. Kondisi fluktuasi kenaikan dan penurunan penjualan Toyota Avanza dari tahun 2020 sampai 2021 disebabkan oleh kondisi perekonomian

dipicu adanya pandemi covid 19. Pada tahun 2018 dan 2019 merupakan penjualan tertinggi dari Toyota Avanza dan merupakan penjualan otomotif terlaris

Berdasarkan data penjualan pada tabel 1 Toyota Avanza merupakan peringkat tertinggi dari penjualan kendaraan bermotor roda empat yang diproduksi oleh Toyota Astra Motor yang merupakan produsen kendaraan roda empat yang berasal dari Jepang. Toyota merupakan merek yang sudah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia serta memiliki citra merek yang kuat.

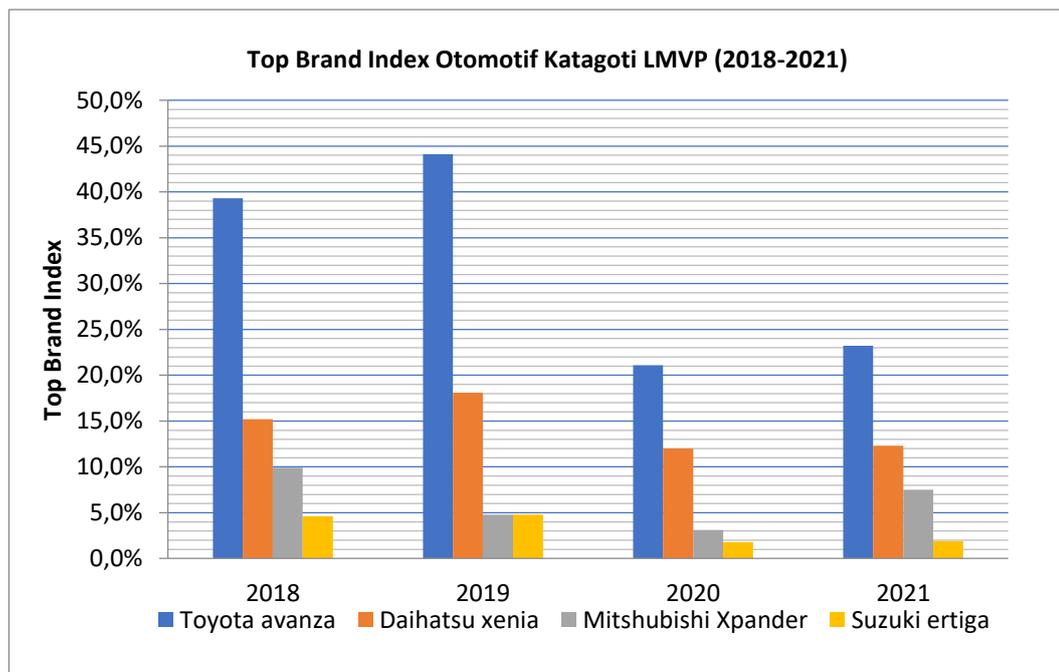
Toyota melakukan inovasi – inovasi baru dan menjawab kebutuhan dari masyarakat Indonesia dengan terus mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Toyota menjual produk mobil melalui dealer-dealer resmi yang tersebar di Indonesia. Diantaranya, Setia Jaya Toyota Depok.

Setia Jaya Toyota Depok memayungi beberapa dealer Toyota yang memiliki lokasi di Depok diantaranya. Setia Jaya Toyota Margonda dan Setia Jaya Toyota Grand Depok City. Setia Jaya Toyota menyediakan beberapa fasilitas yaitu. Layanan *test drive*, penjualan dan Bengkel. Produk Mobil Toyota yang dijual di dealer Setia Jaya Toyota Margonda dan Grand Depok City antara lain Avanza, Vios, Yaris, Rize, Rush, Veloz, Sienta, Agya, Cayla, Innova, Voxy, Fortuner, Altis, Corolla Cross, C-HR, Hilux, Camry. Salah satu mobil yang paling laris dan diminati masyarakat Indonesia adalah Toyota Avanza selain itu Toyota Avanza memiliki penjualan lebih tinggi dibanding produk Toyota lainnya, Tingginya angka penjualan Toyota Avanza dibanding mobil lain terpengaruh dari sebuah Citra Merek, kualitas produk, dan harga. Faktor – faktor tersebut dapat dijelaskan dan dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut.

Citra memberi pengaruh pada keputusan pembelian, jika citra merek dikatakan bagus maka akan memberikan beberapa keuntungan bagi produsen karena jika citra merek di pandang bagus oleh konsumen maka dapat mempermudah perusahaan untuk mendapatkan konsumen yang setia serta membuat citra sebuah perusahaan yang kuat serta mempermudah perusahaan memperkenalkan produk pertama. Citra merek yang baik akan meningkatkan sebuah kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh merek tersebut sehingga dapat meningkatkan daya tarik, selain itu pula konsumen akan lebih mudah dalam membuat keputusan pembelian. selain itu merek yang baik bagus

dapat membuat citra perusahaan menjadi meningkat, maka pada saat konsumen akan melakukan pembelian produk, pelanggan selalu mengingat merek tersebut.

Kinerja dari suatu merek dapat digambarkan melalui gambar dan diperjelas melalui tabel *top brand index* otomotif katagori Low multi purpose vehicle periode tahun 2018 hingga tahun 2021 di bawah ini:



Gambar 2. Top Brand Index Otomotif Kategoti LMVP (2018-2021)

Sumber : data diolah topbrand-award.com

Tabel 2. Top Brand Index Otomotif Katagori Low multi purpose vehicle (2018-2021)

No	Merek	Top Brand Index (%)			
		2018	2019	2020	2021
1	Toyota Avanza	<b>39.3%</b>	44.1%	<b>21.1%</b>	<b>23.2%</b>
2	Daihatsu Xenia	<b>15.2%</b>	<b>18.1%</b>	<b>12.0%</b>	<b>12.3%</b>
3	Mitsubishi Xpander	<b>9.9%</b>	<b>4.8%</b>	<b>3.1%</b>	<b>7.5%</b>
4	Suzuki Ertiga	<b>4.6%</b>	<b>4.8%</b>	<b>1.8%</b>	<b>1.9%</b>

Sumber : data diolah Topbrand-award.com

Didasarkan tabel berikut diatas dapat diliat kinerja suatu merek yang diukur melalui survei merek yang dilakukan oleh *Top Brand Award*. Dalam mengukur

kinerja suatu merek *Top Brand Award*. menggunakan Tiga indikator yaitu terakhir merek yang dibeli, merek yang paling diingat, dan merek yang akan ditentukan kembali kesempatan berikutnya. Semakin besar *top brand index* yang dimiliki maka akan semakin baik kinerja merek produk tersebut. Berdasarkan data tersebut Toyota Avanza selalu mendapatkan posisi perertama dari dalam *Top Brand Awards* kategori Otomotif Low multi purpose vehicle dalam periode 2018 – 2021.

Pada tahun 2018 Toyota Avanza berhasil memuncaki *Top Brand Index* dibandingkan pesaing lainnya , selanjutnya di tahun 2019 Toyota Avanza berhasil memuncaki lagi *Top Brand Index* dan di tahun 2019 ini Toyota Avanza di puncak kejayaannya karena berhasil menjual lebih banyak dari tahun 2018, selanjutnya di tahun 2020 hingga 2021 Toyota Avanza berhasil menduduki peringkat pertama lagi di *Top Brand Index*. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa *Top Brand Index* yang dimiliki Toyota Avanza lebih unggul dari pesaing yang lain.

Hal tersebut menunjukkan citra merek yang dimiliki Toyota Avanza lebih baik dibandingkan pesaing lainnya. Citra merek Toyota Avanza sudah sangat cukup dan baik selama dari tahun 2018 – 2021 Toyota avanza berhasil menduduki peringkat pertama di *Top Brand Index*.

Keputusan Pembelian menurut (Firmansyah, 2018, p. 208) merupakan aktivitas pemecah permasalahan oleh seseorang pada sebuah pemilihan berbagai alternatif perilaku yang dapat dianggap sebagai salah satu tindakan yang paling tepat saat melakukan pembelian. Pelanggan dalam menentukan suatu keputusan pembelian mempertimbangkan beberapa faktor pada saat memilih keputusan yang akan ditetapkan, faktor-faktor tersebut, yaitu citra merek, kualitas produk dan harga.

Dari latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, sehingga peneliti ingin melakukan sebuah kajian lebih dalam hasil penelitian dengan memberi tambahan variabel lain. Lokasi yang berbeda dan responden yang berbeda sehingga peneliti membuat dengan judul “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Depok”

## **I.2 Perumusan Masalah**

Dengan didasarkan hasil Latar belakang Yang telah disampaikan maka peneliti membuat sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Dengan didasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan, maka peneliti mempunyai tujuan menganalisis dan mengetahui:

1. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh dari citra merk, terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh Harga, terhadap keputusan pembelian

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti memiliki sebuah harapan agar hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah manfaat bagi seluruh pihak, yaitu:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis mengharapkan agar bisa memberikan manfaat lebih dalam rangka memperluas sebuah pemabahamn dan memberi kontribusi berupa sebuah pustaka sumber informasi terkait keputusan pembelian di bidang pemasaran mengenai keputusan pembelian, terlebih yang berpengaruh terhadap faktor citra merek, kualitas produk dan harga.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis peneliti memiliki sebuah harapan agar penelitian ini memberikan maanfaat baik dalam memberikan informasi maupun sebuah masukan terhadap penelitian lain yang menelaah topik yang

serupa dengan riset ini . guna memahami tingkat keputusan pembelian dengan variabel citra merek,kualitas produk, dan harga