

BAB I

PENDAHULUAN

A. 1.1 Latar belakang masalah

Perkembangan dunia otomotif roda empat sekarang ini semakin meningkat dari tahun ketahun hal ini juga berimbas pada penjualan mobil yang semakin meningkat. Menurut data penjualan yang dikeluarkan oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) untuk tiga tahun terakhir mengalami peningkatan tercatat pada tahun 2007 sebesar 434.313, tahun 2008 sebesar 607.770 unit, mengalami penurunan tahun 2009 sebesar 327.296 sebesar unit dan meningkat pada tahun 2010 mencapai 764.710. Selain mobil baru mobil bekas juga turut meramaikan perkembangan usaha otomotif ini. Mobil bekas menjadi pilihan masyarakat yang memilih harga yang relatif lebih murah dan tanpa waktu tunggu untuk memakainya.

Mobil bekas adalah kendaraan yang telah dipakai oleh pemilik mobil dalam jangka waktu tertentu sehingga menimbulkan penyusutan. Nilai penyusutan mobil bekas yang membuat harganya turun. Jual beli mobil bekas telah berlangsung lama dan menjadikan ceruk bisnis tersendiri. Sekarang ini sudah banyak sekali *showroom* mobil bekas yang menawarkan harga dan kualitas yang sepadan. Bisnis mobil bekas yang semakin pesat merupakan pesaing baru bagi dealer-dealer mobil baru yang dapat merebut pasarnya. Pasar mobil bekas yang besar juga membuat para perusahaan pembiayaan berlomba-lomba membiayai

konsumen secara kredit dengan bunga yang kompetitif yang tidak kalah dengan mobil baru.

Mobil adalah barang yang *high involvement* karena dalam pembeliannya memerlukan pertimbangan yang matang sebelum memutuskan pembelian, biasanya konsumen mencari informasi tentang produk yang dicari lalu komparasi produk dan harga. Kualitas produk mobil bekas sangat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli. Kualitas produk mobil bekas antara lain dapat diukur dari tahun perakitan, kilometer, kondisi fisik interior dan eksterior, kondisi mesin, kondisi ban, warna serta atribut-atribut lainnya yang membuat harga mobil tersebut dapat berubah ubah. Kualitas produk sebuah mobil bekas menjadi tolak ukur konsumen dalam menilai kelayakan mobil untuk dibeli.

Tingginya pelaku didunia usaha jual beli mobil bekas dewasa ini menuntut orientasi kepada konsumen. Salah satunya adalah bisnis jual-beli mobil bekas Melaju Raya Rizky Motor yang menjual produknya dengan menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam pembelian mobil bekas, konsumen tidak hanya membandingkan harga yang lebih murah dari produk barunya tetapi juga memperhatikan hal-hal yang berkaitan dalam memutuskan pembelian mobil sesuai dengan kapasitas keuangan dan kebutuhannya

Selain kualitas produk mobil bekas konsumen juga memperhatikan Harga produk. Harga produk menjadi tolak ukur kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk. Harga produk menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian

mobil bekas. Besar kemungkinan harga yang terlalu mahal malah membuat konsumen mengurungkan minat membelinya dan bahkan produk yang diberi harga terlalu murah memberikan kesan murahan dan keraguan pada kualitas produk yang ditawarkan. Harga merupakan satu-satunya yang dapat menciptakan profit karena perusahaan dapat mengontrol variable ini dengan mudah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Penetapan harga yang tinggi apabila tidak disesuaikan dengan produk yang berkualitas akan menyebabkan sulitnya produk tersebut laku dipasaran.

Kualitas produk dan harga merupakan variable yang mempengaruhi secara langsung keputusan pembelian konsumen. Sebelum memutuskan untuk membeli konsumen menilai faktor-faktor atribut produk mobil bekas yang layak dibeli. Harga menjadi bahan pertimbangan yang tidak kalah penting, konsumen selalu menilai apakah uang yang ia keluarkan sebanding dengan produk yang didapatkan. Harga menjadi penyebab utama konsumen memutuskan pembelian suatu barang layak atau tidaknya barang tersebut dibeli. Begitu pula dengan mobil bekas, konsumen beralih ke mobil bekas mengharapkan harga yang lebih murah. Kualitas produk dan harga produk yang ditawarkan konsumen menjadi perbandingan konsumen dalam memilih barang. Mobil bekas dengan produk yang berkualitas harganya akan lebih tinggi dibanding dengan pasarannya dengan tipe yang sama. Kenaikan harga produk menjadi hambatan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan pembelian apalagi ketika kebutuhan mobil pribadi sedang tinggi seperti keadaan libur sekolah dan pra hari raya.

Tingkat berhasilnya suatu usaha adalah ketika perusahaan itu mencapai volume penjualan yang tinggi atau memenuhi target perusahaan. Berhasil atau tidaknya penjualan sesuai dengan target tergantung bagaimana perusahaan itu memiliki produk yang berkualitas dan harga yang sepadan dengan produk. Dua variabel ini menjadi pertimbangan utama konsumen melakukan pembelian produknya. Melalui proses pertimbangan konsumen akan tiba pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang dipengaruhi atribut-atribut produk dan harga produk yang melekat di mobil bekas, selain itu juga dipengaruhi oleh daya beli, pengaruh dari luar seperti teman, pengaruh dari dalam seperti anak dan istri, promosi dan berbagai faktor yang lain. Sebelum mengambil keputusan membeli mobil bekas konsumen biasanya melalui proses tahapan seperti mengenali kebutuhannya akan mobil yang murah, layak pakai, dan harga jualnya tidak terlalu jatuh. Setelah tahu kebutuhannya konsumen mulai mencari informasi produk dan harga lewat berbagai media informasi. Setelah mendapat informasi seperti kualitas produk dan harga produk konsumen mulai membandingkan berbagai alternatif dari pilihannya lalu konsumen mengambil keputusan.

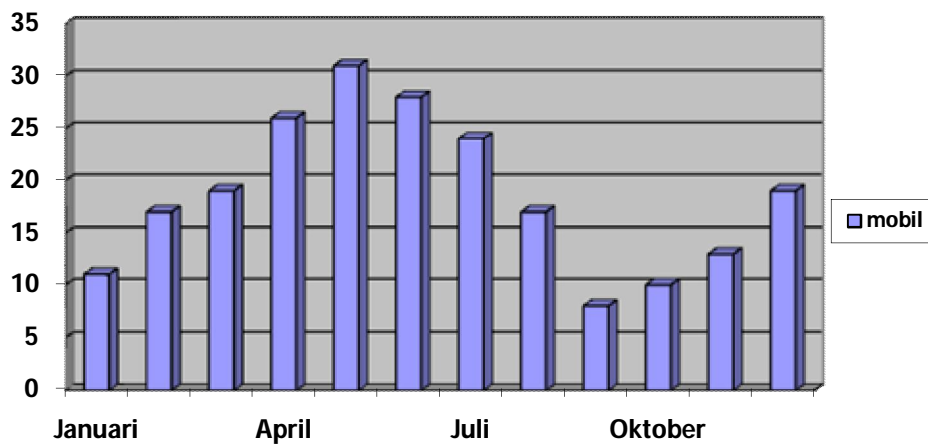
Melaju Raya Rizky Motor adalah sebuah *showroom* jual beli mobil bekas di wilayah Bekasi Timur. *Showroom* ini mampu menampung 40 unit mobil. Akan tetapi penjualan mobil dari bulan ke bulan menurun dan tidak sesuai target, fluktuatifnya penjualan menjadikan *showroom* untuk mencari informasi agar dapat berbenah diri. Karena hal ini berbanding terbalik dengan pesaingnya yaitu CV. Madina Mora Motor yang merupakan pesaing kuat di wilayah Bekasi Timur, *showroom* ini mampu menampung 40 aneka jenis mobil *dishowroom* dan dapat

menjual lebih banyak dibandingkan dengan Melaju Raya Rizky Motor dapat dilihat dalam diagram gambar 1.1 dibawah. Melalui berbagai penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya maka usaha bisnis jual beli mobil bekas Melaju Raya Rizky Motor perlu mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari konsumen yang melakukan pembelian mobil. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor kualitas produk dan harga produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dilihat dari segi kualitas produk *showroom* Melaju Raya Rizky Motor menyamai kualitas produk dengan kompetitornya seperti fitur, kelengkapan, *body*, aksesoris, mesin, ban, serta tambahan kelengkapan lain seperti *spoiler*, *body kit* dan lain-lain. Produk mobil yang dijual di Melaju Raya Rizky Motor mulai tahun 2000 ke atas yang kondisinya masih bagus terutama mesin dan bagian rangka mobil. Mobil bekas kecelakaan hingga terkena tulang rangka mobil tidak masuk hitungan kualitas mobil Melaju Raya Rizky Motor. Kualitas produk di *showroom* Melaju raya Rizky Motor pada dasarnya sama dengan kualitas CV. Madina Mora Motor yang menerapkan hal yang sama dalam memilih mobil bekas untuk dijual kembali.

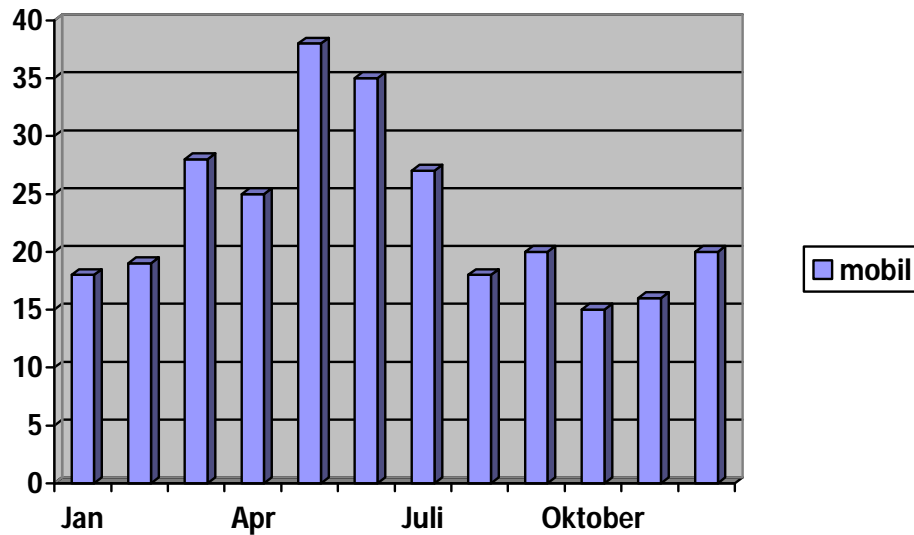
Adapun penetapan harga produk yang diberikan oleh *showroom* Melaju raya Rizky Motor terbilang diatas harga pasar. Harga yang dinilai mahal dibandingkan dengan harga pasaran diduga membuat konsumen mempertimbangkan keputusan pembelian di *showroom* Melaju Raya Rizky Motor.

Perilaku konsumen mobil bekas saat ini sangat sensitive terhadap harga apalagi untuk barang yang memiliki *high involvement*, konsumen lebih sering membandingkan harga sebelum membeli sebuah barang. Media informasi seperti iklan Koran, internet, dan *showroom-showroom* lain menjadi informasi bagi konsumen sebelum memutuskan membeli mobil bekas. apabila *showroom* Melaju Raya Rizky Motor tidak mengikuti pasar mobil yang beredar sesuai dengan pasaran maka konsumen akan memilih membeli ditempat lain.



Gambar 1.1 penjualan mobil *showroom* Warung Mobil Melaju Raya Rizky Motor tahun 2011

Sumber Warung mobil Melaju Raya Rizky Motor 2012



Gambar 1.2 penjualan *showroom* CV. Madina Mora Motor tahun 2011

Sumber: CV. Madina Mora Motor 2012

Dapat dilihat penjualan pada awal bulan pembukaan *showroom* hanya mencapai sebelas unit, puncak penjualan tertinggi ada pada bulan Mei yaitu 32 unit lalu menurun kembali pada bulan September yang hanya mampu menjual delapan unit pasca hari raya. Pada bulan Oktober penjualan mulai naik, Bulan Desember mengalami kenaikan dengan membukukan penjualan 17 unit. Jika dirata-ratakan penjualan selama sebulan 17 unit. Sementara penjualan dari *showroom* pesaing rata-rata tiap bulan mencapai 23 unit.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk ingin lebih tahu lagi tentang peranan dan masalah yang bersangkutan dengan keputusan pembelian mobil bekas di daerah bekasi timur. Atas dasar tersebut penulis membahasnya di dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga produk**

terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (survey pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor di wilayah Bekasi timur)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada *showroom* Melaju Raya Rizky Motor ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui deskripsi kualitas produk dan harga pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor di wilayah Bekasi timur.
- b. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor di wilayah Bekasi timur.
- c. Menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor di wilayah Bekasi timur.

- d. Menguji pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Melaju Raya Rizky Motor diwilayah Bekasi timur.

1.4 Manfaat

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas dan penetapan harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Selain itu memberikan informasi bagi perusahaan sebagai gagasan dan ide-ide baru untuk menjadi pertimbangan dalam membuat strategi baru agar dapat meningkatkan penjualan.

- b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan kepada masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk berkualitas dan informasi harga yang sesuai dengan kemampuan.

- c. Bagi peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk digabungkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh dibangku kuliah.