BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Alat transportasi merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan oleh semua orang, karena dengan adanya alat transportasi maka jarak tempuh ataupun tingkat mobilitas seseorang akan semakin meningkat dan semakin berkembangnya zaman maka jenis alat transportasi pun akan semakin bervariasi. Salah satu alat transportasi yang sangat di sukai oleh masyarakat adalah mobil. Mobil menjadi hal penting yang dianggap mampu membantu manusia dalam beraktivitas khususnya dalam bekerja. Sejak ditemukannya alat transportasi tersebut, gerak hidup manusia berubah menjadi lebih mudah dan dinamis.

Pada saat ini, perekonomian mulai membaik membuat daya beli masyarakat di Indonesia terutama di Padang semakin meningkat. Hal ini terlihat dari kemampuan masyarakat membeli produk yang harganya ratusan juta rupiah. Oleh karena itu, para produsen mobil berlomba–lomba untuk menciptakan mobil dengan keunggulan dan kelebihan yang berbeda sehingga di pasaran jumlah mobil ini sangat banyak dan bervariasi. Perusahaan-perusahaan itu adalah Honda, Toyota, Suzuki, dan lain sebagainya. AUTO 2000 merupakan main dealer Toyota terbesar di Indonesia yang menguasai antara 70-80% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, AUTO 2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor yang merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota. AUTO 2000 adalah dealer resmi

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Toyota bersama 4 dealer resmi Toyota yang lain. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap mobil ini, Toyota sebagai salah satu produsen mobil telah berusaha untuk mengatasinya dengan melakukan promosi dan menyediakan atau membuka showroom-showroom Toyota di wilayah Padang. Dengan adanya showroom-showroom tersebut konsumen mudah mencari dan membeli produk. Produk-produk mobil Toyota antara lain Toyota Alphard, Toyota Avanza, Toyota Agya, Toyota Fortuner, Toyota Sienta, Toyota Yaris, dll. Pada penelitian ini, penulis akan meneliti produk dari Toyota yaitu Toyota Agya. Toyota Agya dirancang oleh Daihatsu dan di produksi di Indonesia. Daihatsu memasok mobil ini untuk Toyota dibawah konsinyasi produksi dan perjanjian manufaktur OEM (*Original Equipment Manufacture*). Mobil ini pertama kali di tampilkan di Indonesia di ajang *Indonesia International Motor Show* (IIMS) 2012 ke 20 pada tgl 21-30 September 2012 di JIExpo Kemayoran, Jakarta. Penjualannya dimulai sejak 9 September 2013 karena sudah melewati tes LCGC (*Low Cost Green Car*) dari pemerintah. Yang menjadi fenomena di 2 tahun terakhir ini adalah mobil ini diklaim sebagai mobil murah (*affordable car*) dan irit bahan bakar. Mobil ini bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin memiliki mobil pribadi dengan harga yang terjangkau. Dengan tersedianya showroom-showroom yang banyak dari Toyota itu, maka penjualan Toyota Agya juga dapat dilayani secara cepat sehingga dengan penjualan semacam ini volume penjualan dapat menjadi lebih besar khususnya untuk kota Padang.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Berikut ini adalah komperasi penjualan mobil Toyoya Agya dengan yang lain di Kategori LCGC :

Tabel 1.1
Komparasi Penjualan Mobil Toyota Agya Dengan Yang Lain Di Kategori LCGC

No	Jenis Mobil	Penjualan Tahun 2016 (unit)
1	Toyota Agya	28.162
2	Daihatsu Ayla	26.228
3	Datsun Go+ Panca	12.585
4	Honda Brio Satya	11.385
5	Datsun Go Hatchback	6.181
6	Suzuki Wagon R	5.411

Sumber: Data Penjualan Toyota Agya, Juli 2016

Keputusan pembelian terhadap mobil jenis *low cost green car* di Indonesia menjadi fenomena baru yang digemari, para produsen mobil dituntut menyediakan produk mobil jenis *low cost green car* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, produk yang dimaksud adalah produk yang mampu menyuguhkan desain modern, cerdas dalam pengaturan *interior* berkualitas, nyaman dikendarai, konsumsi bahan bakar yang efisien dan ramah lingkungan serta ditunjang oleh sistem keamanan yang tinggi.

Keputusan pembelian seseorang atau konsumen terhadap suatu produk dalam penelitian ini adalah produk mobil timbul setelah konsumen melihat atribut-atribut yang melekat pada produk mobil tersebut. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipersepsikan sangat penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Adapun unsur-unsur dalam atribut produk meliputi merk, kemasan, pemberian label, layanan

pelengkap, dan jaminan (Tjiptono, 2008). Sedangkan Kotler & Armstrong (2008) menyatakan ada beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik atribut produk) yaitu kualitas, fitur dan design. Dalam penelitian ini atribut produk yang akan di teliti merupakan atribut-atribut yang terdapat pada produk mobil Toyota Agya yang terdiri dari Harga, Kualitas, Desain, dan Merek. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak, pemilihan harga karena persaingan harga mobil *low cost green car* sangat tinggi, sedangkan pemilihan variabel merek karena kecerdasan konsumen saat ini bagaimana kemampuan konsumen dalam mengingat, mengenali, sebuah merek.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "**Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Toyota Agya Di Kota Padang.**"

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah yang harus diidentifikasi diantaranya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya?

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

3. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya?
4. Bagaimana pengaruh merek produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada perumusan masalah, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya.
3. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya.
4. Untuk menganalisis pengaruh merek produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

   Penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan, dan berguna sebagai referensi untuk penelitian yang selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak perusahaan tentang bagaimana keputusan konsumen dalam membeli mobil Toyota Agya.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup teoritis untuk penelitian ini penulis memberikan batasan pada penelitian dengan memfokuskan pada atribut produk (harga produk, kualitas produk, desain produk, dan merek produk) dan keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya di kota Padang.

1.6. Sistematika Penulisan

Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab Pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Literatur

Bab Landasan Teori berisi tentang pengertian variabel, pengembangan hipotesis dan tujuan penelitian terdahulu, tinjauan penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Bab III Metode Penelitian

Bab Metodologi Penelitian berisi desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, operasionalisasi variabel, pengukuran data, data dan teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Analisis Data

Bab ini berisi uraian tentang karakteristik responden, analisis deskriptif penelitian, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, dan analisis koefisien determinasi.

Bab V Penutup

Bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan dari hasil pembahasan, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian, dan saran-saran yang diperlukan.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA