

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era Globalisasi atau Perkembangan zaman pada saat ini banyak menimbulkan adanya perubahan, paling umum perubahan yang dapat dilihat adalah gaya hidup karena kebanyakan orang pada zaman sekarang gaya hidupnya banyak dipengaruhi oleh adanya media elektronik yang semakin lama semakin canggih hingga mudah untuk mengakses berita *update* bahkan melalui sosial media informasi berupa gaya hidup mudah disebar dan diakses. Sebab gaya hidup sendiri menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya dan bagaimana cara orang tersebut hidup. Dengan demikian hal tersebut juga sangat berpengaruh terhadap minat atau kebutuhan manusia pada zaman moderen salah satunya minat beli sebagai konsumen, dan kebanyakan orang pada zaman sekarang lebih jeli dalam membeli suatu barang apapun selain sesuai kebutuhannya juga suka membandingkan kualitas bahkan hingga harga barang yang akan dibeli. Mengatasi konsumen pada zaman sekarang membuat pengusaha atau sebuah perusahaan memikirkan untuk menjadikan barang yang dijual atau dipasarkan mampu menjadi daya tarik bagi konsumen dan mendapatkan banyak pelanggan. Perkembangan dan perubahan bisnis yang cepat seringkali membuat pelaku usaha kesulitan dalam melakukan prediksi oleh sebab itu perusahaan atau pelaku usaha harus dapat menyesuaikan dirinya dengan baik.

Konsumen dapat memutuskan minat belinya sekaligus ketika mengetahui latar belakang suatu barang yang akan dibeli tentunya peran perusahaan atau produsen sangat mempengaruhi. PT. UMC Suzuki merupakan salah satu perusahaan yang mengedepankan mutu guna untuk mencapai kepuasan konsumen dalam memperkenalkan produknya. Selalu mengutamakan mutu pelayanan sehingga menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal merupakan mutu yang di terapkan di PT. UMC Suzuki jalan A. Yani Surabaya.

PT. UMC Suzuki jalan A. Yani kota Surabaya merupakan perusahaan anak cabang dari PT. UMC Suzuki pusat yang berada di Jakarta, sebagai salah satu anak cabang yang berada di kota Surabaya sekaligus menjadi pimpinan cabang PT. UMC Suzuki yang berada di wilayah Jawa Timur. PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya selain menjual mobil-mobil merek Suzuki juga menyediakan layanan servis atau bengkel khusus mobil Suzuki dan terdapat kantor atau bidang SDM sekaligus admistrasi, surat menyurat, dan kepengurusan ketenaga kerjaan seluruh karyawan yang bekerja di PT. UMC Suzuki wilayah Jawa Timur.

Berikut daftar harga mobil Suzuki beserta macam macam varian :

Tabel 1.1

Harga Jual dan Macam Macam Varian Mobil Suzuki

NO	Model Mobil Suzuki	Varian	Harga
1	Suzuki Ertiga	Suzuki Ertiga GL AT	222.000.000
		Suzuki Ertiga GM AT	193.000.000
		Suzuki Ertiga GL MT	211.500.000
		Suzuki Ertiga GX MT	223.000.000
		Suzuki Ertiga GX AT	233.500.000
		Suzuki Ertiga GX ESP MT	228.000.000
		Suzuki Ertiga GX ESP AT	238.500.000
2	Suzuki Ignis	Suzuki Ignis GL MT	149.500.000
		Suzuki Ignis GX MT	168.500.000
		Suzuki Ignis GX AGS	178.500.000
		Suzuki Ignis GL AGS	159.500.000
		Suzuki Ignis Sport Edition MT	169.500.000
3	Suzuki Baleno	Suzuki Baleno MT	199.500.000
		Suzuki Baleno AT	212.000.000
4	Suzuki Jimny	Suzuki Jimny 4x4 1.3L AT	285.000.000
5	Suzuki Karimun Wargon R	Suzuki Karimun Wargon R GA Airbag	107.500.000

		Suzuki Karimun Wargon R GL Airbag	121.000.000
		Suzuki Karimun Wargon R GS Airbag	129.500.000
6	Suzuki Karimun Wargon R GS	Suzuki Karimun Wargon R GS GL AGS Airbag	130.000.000
		Suzuki Karimun Wargon R GS GS AGL Airbag	138.000.000
7	Suzuki APV Luxury	Suzuki APV Luxury MT	219.500.000
		Suzuki AOV Luxury AT	229.700.000
8	Suzuki Carry	Suzuki Carry1.5 Real Van GX	152.000.000
9	Suzuki APV Arena	Suzuki APV Arena GE2 PS MT	185.000.000
		Suzuki APV Arena GX MT	198.000.000
		Suzuki APV Arena GE2 PS MT	177.500.000
		Suzuki APV Arena SGX MT	200.500.000
		Suzuki APV Arena SGX AT	211.000.000
		Suzuki APV Arena Blind Van	147.000.000
10	Suzuki Grand Vitara	Suzuki Grand Vitara MT	367.000.000
		Suzuki Grand Vitara AT	378.000.000
11	Suzuki Mega	Suzuki Mega Carry Standart	136.500.000

Carry

		Suzuki Mega Carry Extra	143.000.000
12	Suzuki Ciaz	Suzuki Ciaz 1.4 L AT	291.800.000
		Suzuki Ciaz 1.4 L MT	281.700.000
13	Suzuki Carry	Suzuki Carry Flat Deck	126.500.000
		Suzuki Carry Wide Deck	127.500.000
14	Suzuki SX4 S Cros	Suzuki SX4 Cross MT	260.500.000
		Suzuki SX4 Cross AT	273.500.000

Sumber : <https://www.oto.com/mobil-baru/suzuki>

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa produk mobil Suzuki banyak macam varian selain itu juga dengan harga yang terjangkau dapat dilihat dari banyaknya varian sehingga konsumen dapat memilih sesuai selera dengan harga sesuai *budget* yang dimiliki, saat ini ada 14 model mobil Suzuki yang tersedia di Indonesia mulai dari jenis *Minivans*, *Hatchback*, *MPV*, hingga Sedan. Yang termahal produk mobil Suzuki *Grand Vitara* dengan harga Rp. 378.000.000 hingga dari yang termurah adalah jenis mobil Suzuki *Karimun Wagon R* dengan harga Rp. 107.500.000,. Dengan demikian tentunya harga juga sangat mempengaruhi konsumen di pasaran namun mobil Suzuki dengan jenis Ertiga ini terus mampu bersaing dan selalu mengupayakan yang terbaik terhadap strategi pemasaran.

Berikut data Brand mobil pesaing Suzuki Ertiga berdasarkan tingkat penjualan :

Tabel 1.2

Daftar urutan Brand mobil pesaing berdasarkan tingkat penjualan

BRAND MOBIL PESAING	PENJUALAN
Toyota Avanza	10.070 unit
Mitsubishi Xpander	4.882 unit
Suzuki Ertiga	3.940 unit
Daihatsu Xenia	3.758 unit
Honda Mobilio	2.155 unit
Wuling Confero	803 unit

Sumber: <https://otomotif-tempo-co.cdn.ampproject.org>

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa dengan adanya tingkat persaingan yang demikian pesaing pesaing Suzuki Ertiga memang bermain di kelas berbeda yaitu sebagian bermain di kelas atas dan sebagian bermain di kelas bawah sedangkan Suzuki Ertiga itu ada di tengah atau nilai harga jual yangimbang dengan kualitas yang bagus jadi hal tersebut tidak mempengaruhi terhadap persaingan penjualan Suzuki Ertiga dikarenakan Suzuki Ertiga memiliki strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

Dari banyaknya macam varian mobil Suzuki yang paling banyak diminati oleh konsumen rata rata adalah tipe mobil Suzuki Ertiga selain itu juga merupakan salah satu model *low multi purpose vehicle* (MPV) yang cukup banyak di minati konsumen di tanah air tidak hanya berlaku untuk unit unit baru Suzuki Ertiga bahkan hingga mobil bekas Suzuki Ertiga

juga kondisinya tak kalah eksis dengan yang baru dan cukup diminati oleh konsumen di pasaran.

Menurut acuan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor (Gaikindo) dalam laman <https://m.kumparan.com> “per awal tahun 2018 pencapaiannya bisa dikatakan cukup baik. Pada bulan Januari angka distribusinya mencapai 3.223 unit, dan pada bulan Februari angkanya meningkat 1.000 unit menjadi 4.223. dengan angka total 7.446 unit”. Sedangkan untuk *market share* atau pangsa pasar dari Suzuki Ertiga sendiri di tahun 2018 Ertiga menargetkan produksi di pasar nasional mencapai 5.000 unit perbulan. Angka ini mencuil pangsa pasar mobil segmen serbaguna (*multipurpose vehicle*, MPV) dalam negeri sebesar 20 persen. Sedangkan target ekspor mencapai 12 ribu unit di tahun fiskal 2018. Pada tahun 2017 total ekspor Suzuki terpantau naik 44% menjadi 63.568 unit, naik dari tahun sebelumnya sebesar 44.125 unit. Ekspor mobil Suzuki terdiri dari model utuh atau *completely built up*(CBU) dan mobil terurai alias *completely knock down*(CKD). Suzuki Ertiga mencetak lonjakan ekspor tertinggi hingga 95% menjadi 12.196 unit di tahun lalu. Tahun lalu, nilai ekspor mobil Suzuki Indonesia mencapai tingkat tertinggi dalam enam tahun terakhir, yaitu Rp. 5,2 triliun. Jumlah itu naik 33% dibanding tahun 2016.

Sebagai perusahaan pimpinan di Jawa Timur PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya juga terdapat *branch* atau cabang UMC Suzuki di wilayah Jawa Timur yakni wilayah Surabaya sendiri ada enam cabang tepatnya di Tanjung Perak, Waru, Jl. A. Yani, Jl. Basuki Rahmat, Jl. HR. Muhamad, Mayjen Sungkono. Untuk wilayah Jawa Timur lainnya berada di kota Tulungagung, Bojo Negoro, Malang, Batu, Gresik,

Tuban, Jember, Pamekasan, Madiun, Probolinggo, Ponorogo, Mojokerto, Pasuruan, Blitar, Jombang.

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk membahas kendaraan mobil yang bermerek Suzuki Ertiga, yang dipasarkan oleh PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani kota Surabaya. Tipe mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki A. Yani saat ini menjadi primadona dengan jumlah minat konsumen terbanyak di banding varian lain, selain itu juga PT. UMC Suzuki A. Yani selalu memberikan evaluasi atau *training* terhadap *sales market* dalam setiap bulannya. Dan menurut informasi *sales marketing* PT. UMC Suzuki A. Yani bahwa kebanyakan konsumen memilih Ertiga menjadi tipe favorit dengan alasan jenis mobil yang mampu memanfaatkan momen seperti halnya musim mudik atau liburan dan banyak di cari untuk di jadikan armada taksi online dengan kapasitas muatan yang cukup banyak. Selama tahun 2018 PT. UMC Suzuki A. Yani berhasil mencatat pertumbuhan sales yang cukup baik dan penjualan main *dealer* Suzuki di Jawa Timur mampu mencapai target penjualan lebih banyak di banding periode yang sama pada tahun lalu. Pimpinan sales dan *Marketing Director* wilayah Jawa Timur PT. *United Motors Centres* (UMC) Suzuki A.Yani, Fredy Teguh menyebut, "penjualan di topang oleh LMPV (*Low Multi Purpose Vehicle*) Suzuki Ertiga sebesar 20 persen dengan *marketshare* di angka 19 persen. Untuk *All New* Ertiga, tipe GX penjualannya mendominasi sekitar 70 persen. Sisanya, tipe GL dan tipe GA," terangya kepada *TribunJatim.com*, Selasa (10/7/2018).Manajemen PT. UMC Suzuki A. Yani harus membangun komitmen yang baik dalam perusahaan guna untuk menetapkan strategi yang mantap agar dapat mempengaruhi konsumen dalam menilai produknya, pihak

manajemen harus dapat merangsang konsumen untuk membeli dan menawarkan produk mobil Suzuki kepada keluarga atau kerabat yang lain yang tidak ada dalam rencana sebelumnya setelah melihat dan merasakan kelebihan yang ada dalam produk mobil Suzuki.

Setiadi, 2008:180 dalam Harahap,Zera., dkk (2014) Citra Merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek, dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra Merek dalam penelitian ini lebih tepatnya Citra Merek dari produk Suzuki Ertiga memiliki citra sebagai kendaraan yang cukup baik meskipun terlihat tidak terdapat permasalahan dalam pandangan masyarakat namun produk ini tetap memiliki tingkat persaingan dengan merek merek mobil lainnya, hal tersebut menjadikan sebab permasalahan pada citra merek Suzuki Ertiga.

Berdasarkan keadaan diatas, maka penulis terdorong untuk membahas dan mempelajari lebih dalam bagaimanakah pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian melalui kualitas produk pada kendaraan mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki jalan A. Yani kota Surabaya, Citra Merek sendiri di perusahaan yang diteliti terdapat permasalahan dimana konsumen sangat memandang citra merek sebagai hal penting sebelum melakukan pembelian unit mobil terbukti bahwa pencapaian peminat terbanyak pada mobil Suzuki tipe Ertiga dikarenakan tipe mobil tersebut sudah mencapai citra yang baik pada masyarakat atau konsumen, dan keputusan pembelian permasalahannya yaitu dimana keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat diperhatikan oleh perusahaan guna untuk memperbaiki

strategi penjualan kedepanya, kualitas produk sendiri permasalahannya dalam perusahaan yang diteliti yaitu dilihat dari kebutuhan konsumen dan minat beli serta prosentase penjualan yang di capai pada produk mobil Suzuki sehingga dapat diketahui kualitas yang baik sesuai permintaan konsumen guna untuk memperbaiki kualitas dari produk mobil Suzuki yang akan diproduksi. Dan penulis merasa sangat tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai judul skripsi yang akan penulis susun secara lengkap dan judul skripsi tersebut adalah“ **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai variabel Intervening Pada Mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kualitas produk pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap kualitas produk pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada mobil Suzuki Ertiga di PT. UMC Suzuki Jalan A. Yani Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen mengenai *Keputusan Pembelian*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pihak produsen
Memahami perilaku konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian yang memberikan suatu pedoman pada retail untuk

mengembangkan strategi dalam membuat kesempatan saat konsumen berbelanja.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

c. Bagi penulis

Sebagai sarana berfikir dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku perguruan tinggi