

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha variasi mobil di Indonesia semakin marak seiring dengan semakin banyaknya penjualan kendaraan mobil yang masuk di Indonesia. Perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi untuk dapat bertahan dalam persaingan usaha variasi mobil. Kualitas variasi mobil yang ditawarkan diharapkan lebih unggul atau memiliki value yang lebih dari pesaing lainnya. Dengan demikian jasa variasi tersebut tetap memiliki daya tarik bagi konsumen. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dan bermutu tinggi agar dapat bersaing dengan industri sejenis lainnya untuk lebih mengelola pangsa pasar yang ada dan memenangkan persaingan (Imron 2019).

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Situasi persaingan usaha variasi mobil di Lumajang semakin ketat. Ketatnya persaingan ini ditandai oleh banyaknya usaha variasi mobil mulai dari yang berskala kecil sampai yang besar.

Potensi Indonesia untuk menjadi negara dengan industri otomotif terbesar di ASEAN terlihat dari beberapa keunggulan yang dimiliki. Salah satunya adalah potensi pasar yang sangat besar, mengingat angka populasi Indonesia adalah yang terbesar di Asia tenggara. Potensi yang besar ini mendorong hampir semua APM (Agen Pemegang Merek) di Indonesia untuk terus meningkat nilai investasi di industri otomotif nasional dengan cara menambah kapasitas produk dan juga menambah pilihan lini produk mereka di pasaran. Pada tahun 2008 kontribusi industri otomotif mencapai 8,2% terhadap produk domestik bruto yang merupakan kontribusi terbesar untuk kategori industri manufaktur yang mencapai 27,4%. Hal itulah yang menempatkan industri otomotif sebagai satu dari tiga industri yang diharapkan menjadi pendorong pertumbuhan industri nasional dan perekonomian Indonesia. Disaat ini otomotif juga turut berdampak pada beragam aksesoris mobil. Setiap tahunnya tren aksesoris mobil terus berubah ubah mengikuti zaman dan permintaan pasar. Mulai dari aksesoris untuk menunjang kenyamanan hingga untuk mobil tampil gaya kini bias dengan mudah ditemukan di pasaran.

Untuk saat ini di lumajang sangatlah banyak pesaing usaha variasi mobil. Dengan banyaknya usaha variasi mobil ini sangatlah penting bagi pengusaha ini memperhatikan bagaimana cara untuk memikat pelanggan agar membeli produk yang di pasaran. Ada beberapa usaha variasi mobil di lumajang seperti Leng-Q yang bertepatan di Jl. Letkol Slamet Wardoyo No. 67, Laban, Labruk Lor, Kec. Lumajang. Kabupaten Lumajang, Jawa timur dan juga PrimaTama Variasi yang bertepatan di Jl. Brigjen Slamet Riyadi No. 148, Tompokersan, Kec. Lumajang,

Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Hal ini membuat para konsumen yang akan membeli variasi mobil biasanya membandingkan harga dari toko variasi lainnya sehingga usaha ini sangatlah ketat untuk pemasarannya saat ini. Fenomena persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku variasi mobil untuk dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar. Bisnis harus berusaha untuk belajar dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka.

Neo Variasi Mobil merupakan salah satu bengkel variasi mobil yang terkenal di Lumajang. Dalam memberikan jasa variasi, perusahaan ini menggunakan aliran proses yang tidak jauh dengan perusahaan lain pada umumnya. Tetapi dalam kapasitas pelayanannya hingga saat ini sudah dapat memenuhi permintaan pasar. Layanan variasi yang dapat di berikan yaitu interior dan eksterior, diantaranya : Audio dan head unit android, Kaca Film, Bodykit, Bemper, berbagai macam jenis lampu dan aksesoris mobil lainnya. Neo variasi mobil sendiri mengunggulkan kualitas produknya dan menawarkan kepada konsumen dengan kualitas yang baik dan bagus, terkadang neo variasi ini bisa menyarankan pemasangan variasi mobil sesuai dengan budget yang di miliki konsumen. Sehingga konsumen tidak perlu khawatir akan harga yang tinggi.

Neo Variasi Mobil ini berdiri di Lumajang pada tanggal 11 Mei 2010, yang terletak di kota Lumajang di jalan Letnal Jendral Sunandar Priyo Sudarmo No 87, Krajan Satu, Kutorenon, Kec. Sukodono, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67352. Di pandang dari letak geografis kedudukan Neo Variasi Mobil sudah cukup strategis, yaitu bertempat di pinggir jalan raya besar. Neo Variasi

Mobil mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik, untuk itu mereka tidak memberikan barang dengan kualitas rendah pada konsumen.

Dalam memasarkan jasanya, Neo Variasi Mobil mencoba menyakinkan kepada calon konsumennya dengan cara memasarkan atau menawarkan produknya secara langsung, tidak hanya itu Neo Variasi Mobil mencoba untuk mendekati para calon konsumen melalui jejaring sosial atau internet. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran diantaranya melakukan promosi. Kegiatan promosi produk variasi mobil diantaranya dapat dilakukan melalui periklanan, pemberian hadiah, potongan harga, dan *personal selling*. Sejalan dengan itu, keputusan konsumen dalam pembelian produk variasi mobil dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, promosi melalui iklan yang menarik, diskon, hadiah. <https://neo-variasi.business.site/>

Banyaknya usaha variasi mobil di lumajang, Neo Variasi Mobil sendiri mempunyai banyak pesaing di lumajang, jadi untuk meyakinkan konsumen harus dengan jelas dan terperinci, biasanya konsumen membandingkan harga dari toko variasi mobil lainnya. Ketersediaan produk terkadang tidak selalu ada jadi konsumen harus memesannya terlebih dahulu. Dalam meningkatkan kualitas produk di neo variasi berhak dapat memenangkan persaingan bisnis dengan menunjukkan produk yang unik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Perusahaan harus mampu memperjuangkan perubahan keinginan konsumen. Karena konsumen yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal.

Tentunya dalam hal ini pembeli mempunyai banyak faktor untuk melakukan keputusan pembelian yaitu dalam pembelian produk variasi mobil dapat dipengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk, promosi melalui iklan yang menarik, diskon, hadiah.

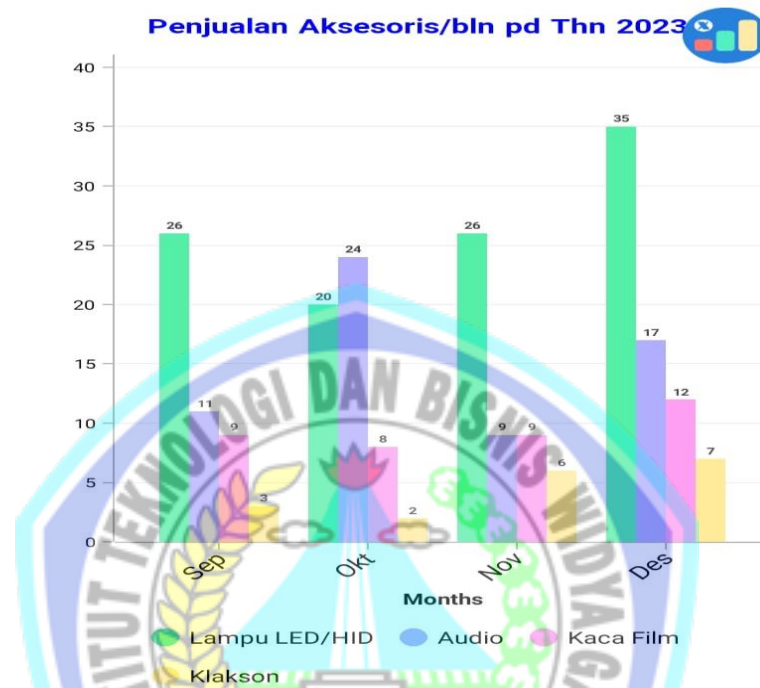
Keputusan pembelian merupakan pertimbangan dimana individu mengevaluasi macam pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sebagian banyak pilihan. Kotler dan Keller (2016:198) berpendapat bahwa Keputusan Pembelian adalah bentuk pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai diantara sejumlah merek yang berbeda.

Dari pernyataan tersebut maka diperoleh tesis bahwa keputusan pembelian merupakan tindakan yang akan dilakukan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa sehingga sebagai produsen dapat melakukan berbagai strategi agar konsumen mengambil tindakan untuk membeli sebuah produk dan jasa yang sudah ditawarkan. Dari pernyataan tersebut maka indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Adapaun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan tersebut menurut Kotler & Armstrong (2016:188) mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut: Pilihan produk, Pilihan merek, Pilihan penyalur, Waktu pembelian, Jumlah pembelian, Metode pembayaran.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut Tjiptono (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau

jasa tersebut memberi nilai tambah. Berikut ini adalah data penjualan neo variasi mobil perbulan pada tahun 2024:

Gambar 1.1. Penjualan Aksesoris untuk beberapa item



Sumber : Neo Variasi Mobil 2023

Dari gambar 1.1 menjelaskan bahwa setiap orang memutuskan pembelian aksesoris sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen, dapat dilihat dari data penjualan tersebut perbandingan antara bulan September-Desember 2023 terjadi kenaikan. Tetapi ada beberapa item barang yang tidak stabil penjualannya bisa naik atau turun bisa dilihat seperti penjualan audio setiap bulannya terkadang naik dan terkadang juga turun. Naik atau turunnya penjualan biasanya konsumen membeli barang yang terupdate, seperti lampu setiap bulannya selalu ada barang yang baru, konsumen juga membeli barang sesuai trend.

Neo Variasi Mobil Lumajang ini memiliki keunggulan tersendiri akan kualitas produk yang dimiliki. Kualitas produk yang ada di neo variasi lumajang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena di beberapa produk neo di berikan garansi pemakaian jika produk yang di beli oleh konsumen ada trowbel dan kerusakan lainnya. Produk yang di berikan garansi merupakan produk yang harganya lebih sedikit mahal di banding aksesoris mobil yang lainnya.

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:253) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Penelitian Ajrina dan Prihatini (2020: 308-309) menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari apa yang disampaikan maka kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Sedangkan indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk menurut Menurut Tjiptono (2015:37), terdiri dari *Performance, Features, Comformance to Specification, Durability, Reliability, Serviceability, Esthetic, Perceived Quality*.

Hasil penelitian terdahulu Akbar Rakhman dan Tri Septin Muji Rahayu (2017). Menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan menurut Doni Marlius, Muhammad Rayfael Shahputra (2022). Menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Harga dianggap sebagai salah satu elemen terpenting dalam keputusan pembelian produk menentukan keberhasilan perusahaan karena harga produk dapat menentukan seberapa besar jumlah keuntungan perusahaan dari penjualan produk dan barang dan jasa (Basalamah, 2022). Berdasarkan perbandingan harga dapat dilihat bahwa ada beberapa produk lain yang dijual oleh perusahaan tidak cukup ekonomis dibandingkan dengan harga pesaing. . Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk menentukan keputusan pembelian. Neo Variasi memiliki harga yang relatif terjangkau. Berikut adalah list harga Neo Variasi tahun 2024 :

Tabel 1.1. Nama Barang dan Harga Produk Neo Variasi Mobil

Nama Barang	Harga
Lampu Utama H4 Autovision 52W	Rp. 950.000,00
Lampu Utama H11 3W Tuner RS	Rp. 850.000,00
Lampu Utama HB3 Aylumi	Rp. 1.350.000,00
Lampu Mini Proji 3T Cartech	Rp. 1000.000,00
Lampu Mini Proji Pro7 MP 7.3	Rp. 1.300.000,00
Kaca Film	Rp. 475.000,00 – Rp. 1.500.000,00
Tempat Nopol Slip	Rp. 45.000,00
Tempat Nopol Mika	Rp. 95.000,00
Audio Mobil	Rp. 850.000,00 - Rp 2.5000.000,00
Body Cover Mobil	Rp. 150.000,00 – Rp. 250.000,00
Cover Jok	Rp. 1.250.000,00 – Rp. 2.600.000,00
Wiper Mobil	Rp. 100.000,00 – Rp 160.000,00

Sumber : Neo Variasi Mobil 2024

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa Neo Variasi Mobil memiliki harga dan produk bervariasi tergantung pembelian aksesoris yang akan di beli. Banyaknya aksesoris mobil yang dijual membuat konsumen akan merasa puas dan tidak akan beralih pada produk lain. Harga yang rendah atau harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan pemasaran. Konsumen pada umumnya menyamakan harga mahal dengan kualitas. Hal pertama yang dilihat saat konsumen membeli suatu produk pasti harga kemudian diikuti dengan kualitas produk. Harga yang sangat tinggi bisa menjadi penentu pembelian. Tingginya harga dapat membuat konsumen berpindah pada produk lain yang sejenis dan sebaliknya.

Hasil penelitian terdahulu Adli pasya ashart, Hardoyono, Nurul Fadila Aswar (2020). Menunjukkan bahwa Harga berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan Menurut Aprilli Sugianto, Sarli Rahman (2019). Menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan yakni pemberian prioritas dari pelayanan perusahaan jasa, sehingga pemberian layanan tersebut dapat dilakukan penilaian dan nilai layanan yang diberikannya ini dapat berkualitas. Tujuan dari dilakukannya penilaian ini teruntuk memberi kepuasan pada pelanggan atas penawaran atau pemberian layanan yang memenuhi ketentuan pelanggan (Hartadi & Husda, 2020).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Neo Variasi kepada konsumen itu sendiri sangatlah baik. Dimulai dari penyambutan konsumen dengan ramah dan baik serta pemberlakuan konsumen di loyalitaskan. Di neo variasi ini menyediakan minuman seperti kopi, teh dan air putih kepada konsumen dengan

gratis, bila konsumen menunggu lama dia tidak jenuh di toko. Serta penawaran barang kepada konsumen di jelaskan secara terperinci agar konsumen membeli barang tidak merasa kecewa.

Hasi penelitian terdahulu Alferedo Dwitama Soenawan dan Edward Stephen Malonda (2015). Menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Wendi (2019). Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Alasan peneliti menggunakan objek usaha Neo Variasi Mobil karena neo variasi mobil merupakan tempat yang mengandalkan kualitas produk dan jasanya sehingga membuat tampilan eksterior mobil lebih menarik dan interior lebih nyaman. Oleh karena itu, tidak heran jika banyak pemilik mobil memodifikasi kendaraannya dengan memasang berbagai aksesoris mobil. Meski harga aksesoris mobil relatif mahal, namun hal ini tidak menyurutkan pemilik mobil untuk melakukan kustomisasi kendaraannya.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang. Maka di dalam penyusun penelitian ini. Penulis mengambil judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang.**

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah ini untuk memudahkan dalam penelitian selanjutnya dan lebih memudahkan dalam pemecahan masalah. Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan agar kedepannya penulisan laporan penelitian ini akan lebih terarah. Ruang lingkup penelitian ini perlu di batasi agar dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Permasalahan yang dibahas adakah tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang
2. Responden penelitian adalah konsumen Neo Variasi Mobil di Kabupaten Lumajang

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penelitian ini yang berjudul pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang. Maka rumusan masalah dalam penelitian diantara lain yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobi Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui rumusan masalah apakah berpengaruh besar kecilnya terhadap kepuasan pelanggan dan sesuai dengan identifikasi masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menyelesaikan serta mengetahui masalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisikan uraian manfaat yang dihasilkan dari dilaksanakannya penelitian itu. Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dibuat, maka adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) pada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- 2) Manfaat dari penelitian ini secara teoritis untuk menambah wawasan teori tentang variable-variabel dalam menentukan minat beli suatu produk di neo variasi mobil seperti kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebagai pedoman referensi penelitian pada masa yang akan datang.

- 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di neo variasi mobil Lumajang

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan referensi serta sebagai inspirasi bagi kalangan akademis dalam penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menyempurnakan kelemahan serta dapat muncul ide-ide baru di masa yang akan datang yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

- 2) Bagi Peneliti

Penelitian ini duharapkan untuk meningkatkan kemampuan untuk memahami dan mengembangkan kemampuan di bidang pemasaran produk khususnya pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebagai strategi pemasaran produk untuk mengetahui minat beli. Selain itu sekaligus sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Srata Satu (S1) pada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

- 3) Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dapat menjadi tolak ukur untuk pertimbangan pengelolaan dan pengembangan usaha agar lebih diperhatikan lagi beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli kembali agar di kemudian hari dapat membuat kostumer tertarik membeli kembali.