

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terjadinya perkembangan teknologi yang semakin berkembang membuat peradaban manusia semakin meningkat menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat. Semakin pesatnya persaingan akan membuat sebuah perusahaan berusaha dengan sekeras-akerasnya untuk dapat menciptakan keunggulan. Dalam hal ini perusahaan memiliki syarat yang harus dipenuhi untuk dapat sukses dalam sebuah persaingan adalah perusahaan selalu berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan memenuhi keinginan pelanggan. Agar tujuan itu dapat tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyalurkan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas yang sesuai dengan pendapatan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus bisa memahami perilaku konsumen yang dijadikan sasarannya, karena dengan mengetahui perilaku konsumen maka akan membuat kelangsungan hidup perusahaan tersebut menjadi semakin lama sebagai perusahaan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumennya.

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.

Assael (1995) dalam Sodik (2004) mengembangkan model perilaku dan menetapkan tiga faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor pertama yang berpengaruh pada konsumen adalah stimuli. Stimuli menunjukkan penerimaan informasi oleh konsumen dan pemrosesan informasi terjadi saat konsumen mengevaluasi informasi dari periklanan, teman atau dari pengalaman sendiri. Pengaruh kedua berasal dari karakteristik pribadi konsumen meliputi persepsi, sikap, manfaat serta karakteristik konsumen (demografi, kepribadian, gaya hidup). Pengaruh yang ketiga respon konsumen yaitu hasil akhir dari proses keputusan konsumen dan suatu pertimbangan yang menyeluruh dari semua faktor diatas.

Nissan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang otomotif selalu meningkatkan kualitas produk yang tidak akan kalah dengan beberapa pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Dengan adanya pengembangan yang dilakukan secara terus-menerus oleh pihak Nissan. Maka membuat produk- produk dari perusahaan Nissan dapat menyaingi produk-produk dari perusahaan lain yang sudah ada sebelumnya. Berdasarkan pada kenyataan yang dimasyarakat, produk-produk Nissan sangatlah mampu menarik minat para konsumen. Tidak akan dapat berkembang jika perusahaan itu tidak mampu mengatasi hambatan yang

ada. Sama halnya dengan Nissan hambatan yang ada dimasyarakat bahwa penetapan harga yang telampau tinggi kan dapat mengurangi minat beli konsumen jika tidak diimbangi dengan kualitas produk Nissan dan pendapatan para peminat produk-produk Nissan tersebut. Untuk dapat mengetahui berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan Nissan maka penulis mengadakan sebuah penelitian yang didasari adanya keterkaitan yang erat antara pendapatan, harga dan kualitas produk Nissan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT WAHANA SUN SOLO.

Dengan adanya berbagai masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Pendapatan, Harga dan Kualitas Mobil Nissan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada PT Wahana Sun Solo)”**

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas maka dapat di rumuskan beberapa masalah antara lain sebagai berikut:

1. Apakah Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan?
2. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan?
3. Apakah Kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan?
4. Apakah secara bersama-sama Pendapatan, Harga, dan Kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan?
5. Faktor manakah diantara Pendapatan, Harga, dan Kualitas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pendapatan, Harga, dan Kualitas terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan di Surakarta baik secara parsial dan secara simultan.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk mobil Nissan di Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mendukung pendapat Assael mengenai pengembangan model perilaku konsumen bahwa rangsangan perusahaan dalam penelitian ini berupa Pendapatan, Harga, dan Kualitas turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian.

2. Secara Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi citra produk mobil Nissan melalui Pendapatan, Harga, dan Kualitas.

3. Secara Metodologi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian bagi penelitian sejenis

E. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang terdiri dari pengertian pemasaran, perilaku konsumen, keputusan pembelian

konsumen dan Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Bab III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran, pengajuan hipotesis, sumber data, definisi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data Pada bagian ini diuraikan sejarah Nissan dan gambaran umum PT Wahana Sun Solo, serta hasil analisis data statistik yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas instrumen, analisis linier berganda dan uji statistik (uji t, uji f dan uji koefisien determinasi).

Bab V : Penutup

Dalam bab ini dikemukakan simpulan dan saran