

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Riset tentang keputusan pembelian menarik diteliti karena sejumlah penelitian memberikan hasil beragam (Bahar dan Sjahrudin, 2015; Amrullah, et., al, 2016; Fakhrudin dan Edwar, 2016; Widiatmoko dan Sudharto, 2016; Fatmawati dan Soliha, 2017; Virgiana dan Suryoko, 2017; Polla, et., al, 2018; Nugroho dan Ikhwan, 2018; Setiawan dan Maskan, 2018).

Penjelasan dari hasil riset Bahar dan Sjahrudin (2015) membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi minat beli ulang, kualitas produk tidak mempengaruhi minat beli ulang.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Amrullah, et., al (2016) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Fakhrudin dan Edwar (2016) hasil riset yang diteliti menunjukkan bahwa variabel independen citra merek lebih berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian dibanding dengan variabel independen harga. Kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya menurut Widiatmoko dan Sudharto (2016) melalui penelitiannya memiliki kesimpulan bahwa variabel harga dan citra merek secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian.

Demikian dengan penelitian yang dilakukan Fatmawati dan Soliha (2017) berdasarkan riset yang sudah diteliti maka memiliki hasil bahwa variabel independen kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga kesemuanya berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian.

Virgiana dan Suryoko (2017) yang telah melakukan pengujian variabel secara parsial, dengan hasil bahwa variabel yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian antara harga dan kualitas pelayanan adalah variabel kualitas pelayanan. Namun jika diuji secara bersama-sama yang lebih berpengaruh adalah variabel harga.

Kemudian menurut Polla, et., al (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian konsumen. harga, promosi, lokasi dan kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea sebaiknya lebih meningkatkan strategi pemasaran dalam harga, promosi, lokasi serta Kualitas Pelayanan untuk meningkatkan keputusan pembelian

Menurut Nugroho dan Ikhwan (2018) menyimpulkan bahwa hasil risetnya menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Setiawan dan Maskan (2018) menyatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent memiliki hubungan yang kuat.

Dengan adanya persaingan yang ketat, perusahaan diminta untuk dapat mempertahankan harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga konsumen memiliki alternatif barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya yang sesuai dengan apa yang diinginkan.

Tabel 1.1  
Tabel penjualan mobil kuartal I 2019

<b>MERЕК</b>	<b>JANUARI</b>	<b>FEBRUARI</b>	<b>MARET</b>	<b>SALES</b>
TOYOTA	25.092	23.449	28.725	77.266
HONDA	10.064	10.637	8.114	28.845
NISSAN	387	343	3.172	3.902
DAIHATSU	14.769	16.305	19.625	50,699

Sumber : Tempo.co

Sejumlah temuan riset diatas memberikan gambaran bahwa identifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menarik diteliti maka judul penelitian ini “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota?

## **C. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota

## **D. Manfaat Penulisan**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah keragaman pengetahuan, tambahan teori dan literatur dan mengenai ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan bisnis khususnya mengenai keputusan pembelian serta dapat menjadi acuan bagi peneliti di masa mendatang yang akan melakukan penelitian yang sama..

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi pihak akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu di bidang manajemen pemasaran.

### b. Bagi pihak lain

Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literatur untuk menambah wacana baru bagi dunia akademis serta memperkaya khasanah penelitian yang ada serta dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.

### c. Bagi Penulis

Merupakan penerapan ilmu ekonomi manajemen pemasaran tentang apa saja pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang diperoleh selama dibangku kuliah dalam dunia praktek maupun nyata.

## 3. Manfaat Empiris

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui secara empiris pengaruh keputusan pembelian berdasarkan dengan hasil uji statistik yang dilakukan..

## **E. Sistematika Penulisan**

Dalam pembahasan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang masing masing berisi hal-hal sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu tentang harga, kualitas produk dan kualitas layanan, penelitian terdahulu dan teori-teori relevan lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel serta metode analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum dan karakteristik responden, analisis data serta pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang diperlukan.