

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jumlah penduduk di Indonesia sangatlah pesat serta beragam aktifitas yang dikerjakan oleh penduduk Indonesia. Setiap manusia harus melakukan aktifitasnya secara cepat dan tepat. Salah satu yang membantu aktifitas manusia adalah transportasi agar mempermudah dan mempercepat seseorang untuk berpindah tempat yang diinginkan. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah sarana transportasi seperti mobil, motor dan lainnya.

Transportasi dapat dilakukan melalui darat, udara dan laut. Setiap hari semakin banyak orang yang menggunakan transportasi darat yaitu mobil. Diantara berbagai merek mobil, terdapat jenis mobil yang banyak diminati oleh konsumen yaitu kendaraan serba guna atau *Multi Purposive Vehicle* (MPV).

Multi Purposive Vehicle (MPV) merupakan jenis kendaraan mobil yang difungsikan untuk mengangkut banyak penumpang atau sebagai mobil keluarga. Saat ini jenis mobil MPV banyak digemari oleh sebagian besar orang sehingga banyak produsen dari berbagai perusahaan memproduksi mobil jenis MPV. Oleh karena itu, saat ini jenis MPV dari berbagai merek membanjiri pasar mobil nasional diantaranya Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander, Suzuki Ertiga, Daihatsu Xenia, Honda Mobilio, Nissan Livina dan Wuling Confero. Secara keseluruhan kendaraan jenis MPV (*Multi Purpose*

Vehicle) menguasai hampir 60% pangsa pasar otomotif nasional. Namun melihat dari persepsi harganya jenis mobil keluarga merupakan kendaraan yang cukup banyak di pilih masyarakat. Banyak sekali merek kendaraan mobil yang ditawarkan, adapun merek mobil yang dikenal oleh banyak orang adalah Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander dan Nissan Livina.

Dalam berita detikOto 13 mei 2021 menjelaskan bahwa segmen *low* MPV masih menjanjikan mengingat kapasitasnya yang bisa memuat sampai 7 orang penumpang. Selama April 2021, penjualan *low* MPV masih menjanjikan apalagi mayoritas *low* MPV yang dijual di Indonesia sudah diproduksi di Indonesia dan mendapatkan diskon PPnBM (Pajak Penjualan atas Barang Mewah). Mobil di kelas 4x2 bermesin 1.500 CC ke bawah mendapat diskon PPnBM sampai 100%. Mobil yang mendapatkan diskon PPnBM 100% itu salah satunya adalah mobil di kelas *low* MPV.

Di segmen *low* MPV ini Toyota Avanza masih berkuasa. MPV berjuluk mobil sejuta umat itu mencatat penjualan paling banyak di kelas *low* MPV. Berdasarkan data *wholesales* (distribusi dari pabrik ke dealer) yang dicatat gabungan industri kendaraan bermotor indonesia (Gakindo), Toyota Avanza terjual sebanyak 5.385 unit pada April 2021.

Diposisi kedua adalah Mitsubishi Xpander yang terus menempel Avanza. Tanpa Xpander Cross yang masuk ke segmen *low* SUV, Mitsubishi Xpander yang bermain di segmen *low* MPV terjual sebanyak 3.092 unit. Kemudian Suzuki Ertiga dibawah Xpander, *low* MPV andalan Suzuki tersebut mencatat

penjualan *wholesales* sebanyak 1.694 unit yang sekaligus menjadi *low* MPV terlaris dan ketiga dibawah Avanza dan Xpander.

Tabel 1.1
Top Brand Index Mobil Multi Purpose Vehicle (MPV)

No	Brand	2020	2021
1.	Toyota Avanza	21,1%	23,2%
2.	Daihatsu Xenia	12,0%	12,3%
3.	Toyota Kijang Inova	3,1%	7,5%
4.	Daihatsu Gran Max	1,8%	1,9%

Sumber : www.topbrand-award.com

Pada tabel 1.1 menjelaskan tentang top brand index mobil *low* MPV pada tahun 2020 Toyota Avanza menduduki paling pertama dengan pencapaian 21,1% dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 2,1% sehingga menjadi 23,2%. Diikuti kedua oleh Daihatsu Xenia pada tahun 2020 mencapai 12,0% dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 0,3% sehingga menjadi 12,3%. Ketiga oleh Toyota Kijang Inova pada tahun 2020 3,1% dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan 4,4% sehingga mencapai 7,5%. Dan terakhir Daihatsu Gran Max pada tahun 2020 mencapai 1,8% dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan 0,1% sehingga menjadi 1,9%.

Menurut GAIKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) menjelaskan pada tahun 2020 sebagai dampak dari merosotnya

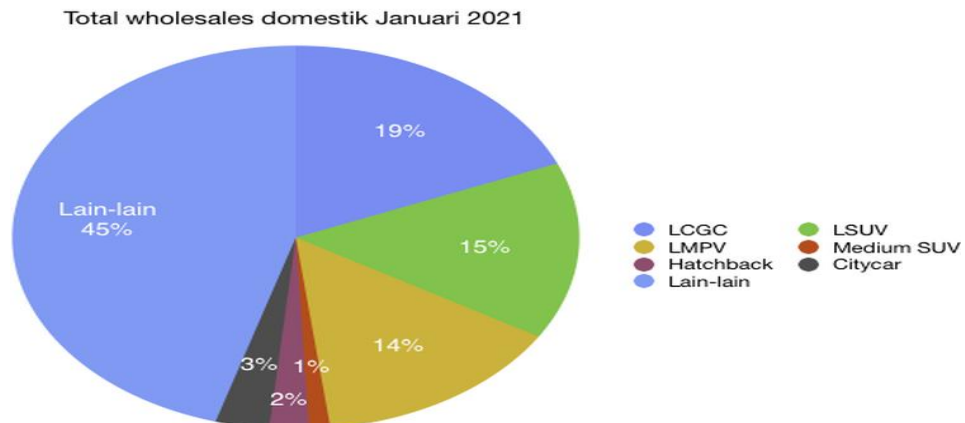
perekonomian selama wabah merebak. Ekonomi juga anjlok dan membuat penjualan mobil terhenti. Daya beli masyarakat terjun bebas karena pandemic covid-19. Pabrik otomotif sempat tutup sementara begitu juga dengan pameran mobil yang bahkan batal karena pembatasan social untuk menghindari penularan wabah.

Tabel 1.2
Data Total Wholesales Segmen LMPV di Indonesia
per-Januari 2021

No	Nama	2020	2021
1.	Toyota Avanza	6.600 unit	2.908 unit
2.	Mitsubishi Xpander	4.996 unit	2.061 unit
3.	Honda Mobillio	1.580 unit	823 unit
4.	Daihatsu Xenia	1.941 unit	803 unit
5.	Suzuki Ertiga	3.488 unit	586 unit
6.	Wuling Confero	259 unit	353 unit
7.	Nissan Livina	259 unit	0 unit

Sumber :www.kompas.com

Pada table 1.2 diatas menunjukan penjualan mobil *low* MPV di Indonesia per-Januari yang dimana pada tahun 2021 banyak merek mobil yang mengalami penurunan penjualan karena berbagai faktor internal maupun eksternal. Namun, penurunan Avanza paling drastis.



Gambar 1.1

Total Wholesales Dosmetik Januari 2021

Pada gambar 1.1 menjelaskan mengenai *wholesales* domestik Januari 2021 untuk penguasaan pasar terjadi penurunan hingga 10% yakni dari 24% di periode 2020 menjadi 14,2% dari total pasar nasional Januari 2021 yang hanya mencapai 52.910 unit. Maka, saat ini popularitas MPV kalah dengan *low cost green car* (LGCC) yang menguasai 18% dan *low sport utility vehicle* (LSUV) dengan 14,7% dari pasar nasional.

Tabel 1.3

Data *wholesales* (Distribusi dari Pabrik ke *Dealer*) yang dicatat gabungan *industry* kendaraan bermotor Indonesia (GAIKINDO)

No	Keterangan
1.	Menurut CNBC Indonesia pada Oktober 2020 Toyota Avanza tidak lagi menjadi mobil terlaris di Indonesia. Toyota Avanza harus merasa puas di posisi ke-5, capaian buruk ini terus berulang selama pandemic covid-19 menghantam Indonesia Maret 2020 lalu.
2.	Pada Oktober 2020 mobil terlaris di Indonesia dipegang oleh Honda Brio. Kolaborasi Honda Brio RS dan Honda Brio Satya yang menjual sebanyak 4.785 unit.

Sumber : www.cnbcindonesia.com

Mengenai Avanza, saat Januari – Maret 2020 Avanza masih menjadi penguasa penjualan mobil terlaris secara bulanan. Namun, saat *pandemic* covid-19 semua peta berubah. Avanza perlahan terdepak dari singgasana. Mengapa Avanza kalah saing dari Honda Brio dikarenakan dari harga Honda Brio paling murah dibandingkan mobil Toyota Avanza. Dimasa *pandemic* keuangan konsumen menurun sehingga mempengaruhi minat konsumen dengan membeli mobil dengan harga yang murah dengan fitur terbaru.

Dari pernyataan diatas walaupun Toyota Avanza memenangkan *top brand* dengan mengalahkan produk lainnya. Namun penjualan mobil Toyota

Avanza pada tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan penjualan dikarenakan berbagai faktor. Salah satu yang menyebabkan penjualan menurun dikarenakan kualitas produk dan fitur yang belum melakukan pembaruan sejak dari tahun 2011.

Berikut showroom Toyota di Jakarta Timur :

Tabel 1.4
Daftar showroom Toyota Astra Motor di Kota Jakarta Timur

No	Dealer	Alamat
1	Tunas Toyota Raden Inten	Jl. Raden Inten II No.62, RT.8/RW.10, Duren Sawit, Jakarta timur.
2	Astrido Toyota Klender	Jl. Pahlawan Revolusi No.9, klender, Jakarta Timur.
3	Tunas Toyota Jatinegara	Jl. Jatinegara Timur No.51, Jakarta timur.
4	Tunas Toyota Dewi Sartika	Jl. Dewi Sartika No.145, Jakarta timur.
5	Plaza Toyota Pemuda	Jl. Pemuda Raya I No.6, Jakarta timur.
6	Daya Toyota Cakung	Jl. Bekasi Km 26,5, Kelurahan Ujung Menteng, Kec.Cakung, Jakarta timur.
7	Auto2000 Kramat Jati	Jl. Raya Bogor Km.21 Kramat Jati, Jakarta Timur.
8	SetiaJaya Toyota	Jl. Raya Alternatif-Cibubur, Jakarta Timur.
9	Auto2000 Kalimalang	Jl. Raya Tarum Barat No.45 Kalimalang, Jakarta timur.
10	Astrido Toyota Pulo Gebang	Jl. Raya Penggilingan No.10,Cakung, Jakarta timur.

Sumber : <https://www.oto.com>

Pada tabel 1.4 menjelaskan bahwa di Jakarta Timur terdapat 10 showroom Toyota Avanza yang diproduksi di Indonesia oleh perusahaan PT. Toyota Astra Motor dalam merek yaitu Toyota Avanza. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri otomotif, berupa penjualan dan service mobil merek Avanza yang telah dikenal diwilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Salah satu fasilitas yang disediakan oleh PT. Toyota Astra Motor untuk memberikan pelayanan yang baik, untuk mempermudah konsumen saat mengecek kondisi kendaraan dan *service* mobil.

Salah satu yang membuat nilai daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian adalah fitur.

Berikut Fitur Toyota Avanza :

Tabel 1.5
Fitur Toyota Avanza
Tahun 2018-2020

No	Type	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Toyota Avanza	1. Dual SRS AirBag 2. sideimpact beam 3. 3-point seatbelt 4. <i>Anti-lock breaking system (ABS)</i> 5. <i>Immobilizer Key</i>	1. Dual SRS AirBag 2. <i>Immobilizer Key</i> 3. 3-point seatbelt 4. <i>Anti-lock breaking system (ABS)</i> 5. Side impact beam 6. <i>Fitur child lock</i>	1. Dual SRS AirBag 2. sideimpact beam 3. 3-point seatbelt 4. <i>Anti-lock braking system</i> 5. <i>Fitur child lock</i>

				6. Sensor parkir 7. <i>Start stop engine</i> 8. Fitur <i>immobilizer</i>
--	--	--	--	--

Sumber : www.autofun.com

Tabel 1.5 menjelaskan bahwa pada tahun 2018 Toyota Avanza memberikan fitur standard keselamatan yaitu Dual SRS AirBag, sideimpact beam, 3-point seatbelt, Anti-lock breaking system (ABS) dan Immobilizer Key. Kemudian tahun 2019 Toyota Avanza memberikan fitur tambahan yaitu fitur *child lock* yang berfungsi sebagai menonaktifkan *handle* pintu bagian dalam. Pada tahun 2020 Toyota Avanza memberikan tambahan beberapa fitur yaitu sensor parkir, *start stop engine* dan fitur *immobilizer*.

Tabel 1.6
Kualitas Toyota Avanza Lama dan Baru

Toyota Avanza Lama	Toyota Avanza Baru
1. Lampu utama bohlam. 2. Tidak ada sensor parkir kamera belakang. 3. AC model kompor. 4. Menggunakan anak kunci menyalakan mesin.	1. Lampu utama LED. 2. Terdapat sensor parkir kamera belakang. 3. AC model digital. 4. Sudah menggunakan tombol start stop engine.

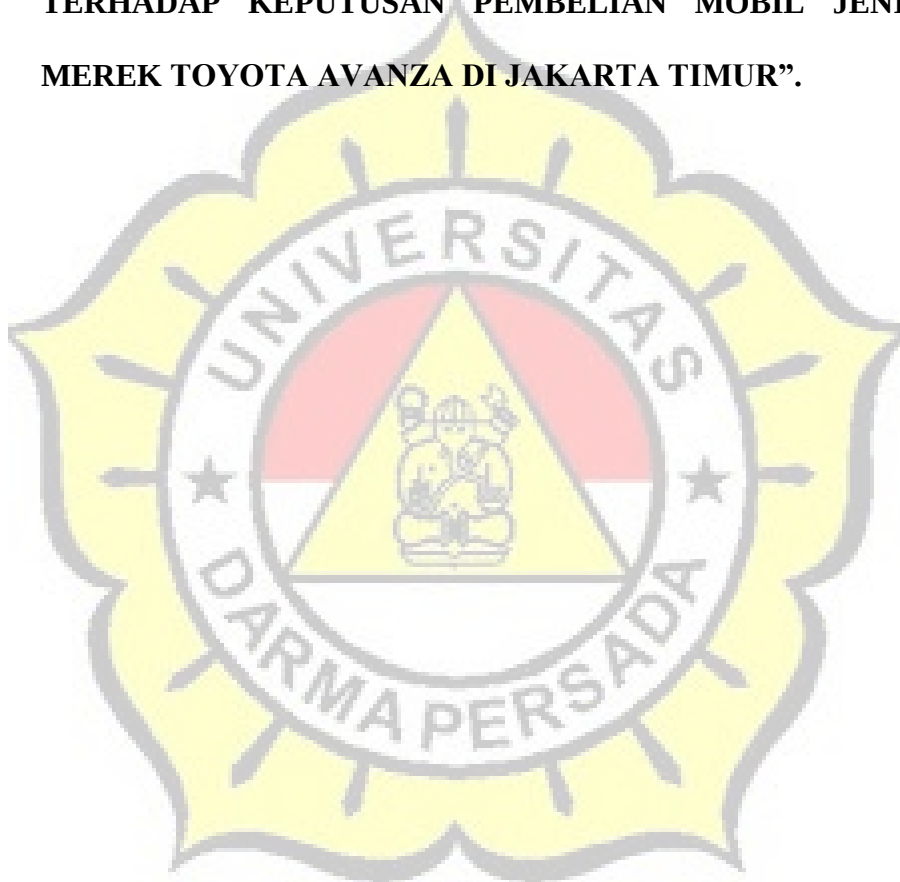
Sumber : www.carmudi.com

Berdasarkan tabel 1.6 menjelaskan bahwa mobil jenis MPV Toyota Avanza pada tahun 2009 memiliki kualitas produk dan fitur yang sangat baik pada tahun itu, namun 10 tahun kemudian pada tahun 2019 kualitas produk dan fitur terus ditingkatkan hingga menjadi mobil MPV yang berkualitas dan tetap menjadi Top Brand di industri otomotif sebagai mobil keluarga atau MPV.

Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, atribut produk yang terdiri dari kualitas produk dan fitur merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang akhirnya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Hal ini berlawanan dengan pendapat Aaker dalam Andini (2012) bahwa kualitas produk

memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang objek yang diteliti, yaitu melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL JENIS MPV MEREK TOYOTA AVANZA DI JAKARTA TIMUR”**.



1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, salah satu transportasi darat adalah mobil. Diantara berbagai jenis merek mobil terdapat satu jenis yang paling banyak diminati konsumen, yakni kendaraan serba guna atau *Multi Purpose Vehicle* (MPV). MPV adalah jenis kendaraan yang difungsikan untuk mengangkut banyak penumpang atau sebagai mobil keluarga. Saat jenis MPV dari berbagai merek membanjiri pasar mobil nasional diantaranya Toyota Avanza, Mitsubishi Xpander, Suzuki Ertiga, Daihatsu Xenia, Honda Mobilio, Nissan Livina dan Wuling Confero.

Permasalahan dalam penelitian ini dapat didefinisikan yaitu adanya penelitian terlebih dahulu yang dilakukan oleh Dermawan Sandro (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil MPV Merek Toyota Innova Di Semarang”. Yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini didasarkan pada ada nya kesenjangan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adhi Catur Pamungkas (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lovina Bed Studi Pada Produk Tempat Tidur Pasien PT Mega Andalan Di Yogyakarta”. Yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian fitur produk tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Serta desain berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.2.2 Pembatasan masalah

Dengan adanya keterbatasan waktu dan tenaga, penulis membatasi penelitian ini berdasarkan kriteria seperti wilayah penelitian, variable penelitian dan responden yang menjawab. Penulis memilih wilayah Jakarta Timur sebagai wilayah penelitian, dikarenakan penulis lebih mudah menjangkau responden pembeli mobil Toyota Avanza. Variabel penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan Fitur terhadap keputusan pembelian mobil jenis MPV merek Toyota Avanza. Sedangkan responden dipilih secara acak dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih jika memenuhi kriteria wilayah, usia dan menggunakan produk Toyota Avanza yang sedang diteliti.

1.2.3 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan fitur secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk Toyota Avanza terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza ?
3. Bagaimana pengaruh fitur Toyota Avanza terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin diketahui adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan fitur Toyota Avanza secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk Toyota Avanza terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh fitur Toyota Avanza terhadap keputusan pembelian.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sambungan pemikiran bagi dunia Pendidikan mengenai kualitas produk dan fitur produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut..

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas produk, fitur produk dan keputusan pembelian Toyota Avanza bagi perusahaan dan dapat memberikan informasi bagi perusahaan mobil tersebut agar dapat mengetahui seperti apa yang konsumen inginkan.