

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

*Mitsubishi Motors Corporation* adalah salah satu perusahaan Jepang yang memproduksi kendaraan terutama mobil. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 22 April 1970 dan merupakan salah satu perusahaan di bawah bendera *Mitsubishi Group* (sebelumnya). Logo Mitsubishi adalah 3 berlian merah dan dibuat oleh pendiri *Mitsubishi Motors*, Yataro Iwasaki. Markas *Mitsubishi Motors* berada di Tokyo, Jepang. Pemegang saham terbesar *Mitsubishi Motors* sekarang adalah *Nissan Motors*. Saat ini pabrik mobil Mitsubishi berada di 5 negara: Jepang, Filipina, Russia, Thailand, dan Indonesia.

*MPV* merupakan singkatan dari "*Multy Purpose Vehicle*" dengan arti yang lebih ringkas disebut "*Mobil Serba Guna*". Mobil *MPV* juga biasa disebut dengan *Minivan* atau *Minibus*. *MPV (Multy Purpose Vehicle)* adalah salah satu jenis kendaraan keluarga yang lebih besar dan lebih tinggi dari jenis sedan dan *hatchback*. Disebut mobil keluarga karena mobil ini memiliki kapasitas tujuh orang sehingga mampu memuat seluruh anggota keluarga. *MPV (Multi Purpose Vehicle)* biasanya memiliki empat sampai lima pintu karena mengangkut banyak orang diperlukan banyak pintu untuk kemudahan mobilitas penumpang. Selain itu, letak mesin mobil jenis *MPV (Multi Purpose Vehicle)* ini terdapat pada bagian moncong depan karena bertujuan untuk memaksimalkan ruang kabin mobil agar lebih besar dan nyaman.

**Tabel 1.1**

## Segmen Mobil MPV di Indonesia

No	Segmen Mobil	Definisi	Contoh Mobil	Harga
1.	<i>Low MPV</i>	<i>Low MPV</i> merupakan mobil MPV yang memiliki fitur sederhana, bodinya tidak terlalu besar, mampu menunjang akomodasi sehari-hari, irit bahan bakar dan berkapasitas 7 penumpang.	Toyota Avanza, Suzuki Ertiga, Honda Mobilio, Daihatsu Xenia, Nissan Grand Livina dan Mitsubishi Xpander.	Rp. 200 Juta - Rp. 300 Juta
2.	<i>Medium MPV</i>	<i>Medium MPV</i> berada satu kelas di atas low-MPV, mobil ini berdimensi bongsor karena mengutamakan kelegaan kabin dan daya angkut penumpang yang banyak, namun berharga tidak terlalu mahal sehingga masih terjangkau oleh kalangan menengah.	Toyota Innova, Kia Sedona, Honda Freed, Nissan Grand Livina, Nissan Serena dan Isuzu Panther.	Rp. 208 Juta - Rp. 380 Juta
3.	<i>Compact MPV</i>	<i>Compact MPV</i> merupakan pasar terbatas produk MPV dan Masih terbilang baru di Indonesia, <i>Compact MPV</i> memiliki kapasitas sama seperti <i>Low MPV</i> . Namun, yang membuatnya lebih mahal adalah fitur-fitur yang ditawarkan lebih canggih dan lengkap daripada <i>Low MPV</i> .	Volkswagen Touran, Mazda 5, Honda Odyssey, Toyota Previa, Hyundai H-1 dan Mitsubishi Grandis.	Rp. 400 Juta -Rp. 600 Juta
4.	<i>Luxury MPV</i>	<i>Luxury MPV</i> merupakan jenis MPV Mewah yang biasanya dipilih oleh orang-orang kaya untuk memberi kenyamanan kelas atas bagi keluarganya.	Toyota Vellfire, Nissan Elgrand, Mercedes Benz R-class, Volkswagen Caravelle dan Lexus LM 300.	<b>Rp 750 Juta</b> – Rp.1,5 Milliar

Berdasarkan data dari **Tabel 1.1** menunjukkan, bahwa mobil jenis MPV (*Multi Purpose Vehicle*) dibagi menjadi empat segmen, yaitu *Low MPV*, *Medium MPV*, *Compact MPV* dan *Luxury MPV*. Pada tabel tersebut menunjukkan kisaran

harga dari yang terendah sampai yang tertinggi, jadi setiap mobil memiliki beberapa model dan varian serta teknologi yang ada pada mobil tersebut. Memang mobil yang menggunakan teknologi ataupun fitur keselamatan seperti itu kebanyakan tergolong mobil premium, wajar karena teknologi ini masih mahal. Namun ada juga beberapa mobil yang kelas dibawahnya sudah menggunakan fitur modern. Sementara di Indonesia mobil-mobil yang sudah menggunakan teknologi modern sudah sudah banyak. Misalnya Mazda2, Ford Focus, Pajero Sport dan beberapa merek lainnya yang telah menggunakan teknologi modern. juga demikian dan masih banyak mobil lain yang pakai terutama mobil yang harganya mahal.

Salah satu produk mobil Mitsubishi yang dinantikan kehadirannya adalah mobil Mitsubishi Xpander. Setelah sebelumnya memunculkan versi konsepnya yaitu *XM Concept* di IIMS 2017 (*Indonesia International Motor Show*). Kini PT Mitsubishi Motors Krama Yudha selaku sales resmi *Mitsubishi Motors* di Indonesia meluncurkan Mitsubishi Xpander versi produksi sebagai *low MPV* terbarunya di ajang GIIAS 2017 (*Gaikindo Indonesia International Auto Show*) yang berlokasi di ICE, Tangerang Selatan. Tentu saja, hal ini sudah diprediksi sebelumnya oleh banyak pihak, *low MPV* bergaya *SUV* bernama Mitsubishi Xpander. Bukan tanpa alasan, Mitsubishi Xpander bakal menjadi pesaing paling berat bagi beberapa *low MPV* lainnya, semisal Avanza, Xenia, Ertiga maupun Mobilio yang sudah dikenal lama sebagai salah satu *low MPV* terlaris sejuta umat. Mitsubishi Xpander merupakan MPV yang mempertahankan kenyamanan dan leganya kabin sekaligus mengadopsi ciri khas SUV, yaitu desain yang sporty dan juga ketangguhan berkendara.

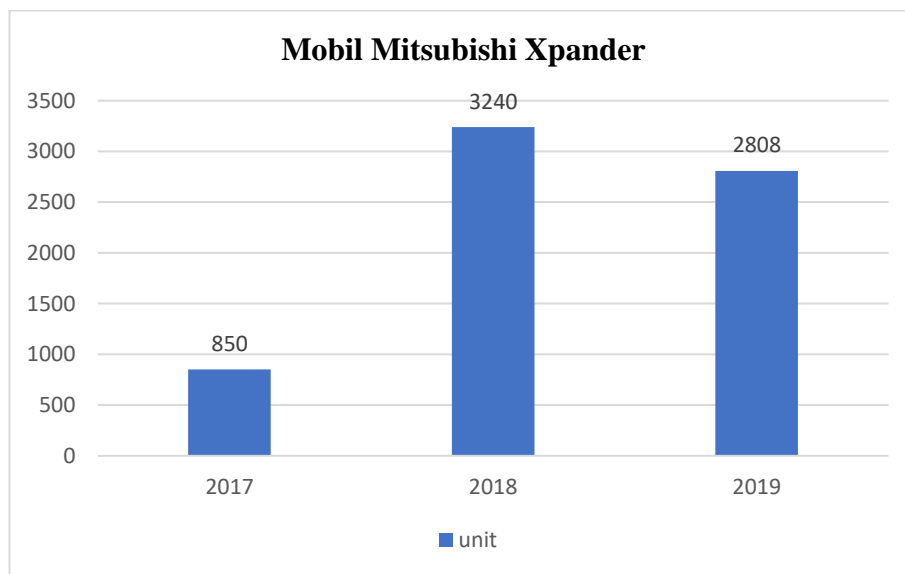
Mobil Mitsubishi Xpander merupakan salah satu kendaraan unggulan Mitsubishi di segmen *Low MPV*. Dalam setiap inovasi yang dihadirkan oleh mobil Mitsubishi Xpander mampu menghasilkan produk yang berkualitas, diminati dan layak digunakan oleh masyarakat luas. Hal ini menyebabkan produk Mitsubishi Xpander berhasil mendapatkan respon baik di masyarakat. Sejak diperkenalkan pada akhir agustus 2017. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) mencatat penjualan Mitsubishi Xpander sepanjang periode September-Desember 2017 mencapai 13.070 unit. Mitsubishi Xpander mampu menyedot perhatian masyarakat Indonesia. Penjualan Mitsubishi Xpander dengan kategori LMPV pada tahun 2018 total sebanyak 75.772 unit Xpander terjual berdasarkan kalender dari Januari hingga Desember 2018, dengan market share 28 persen (secara nasional di segmen LMPV). Sedangkan pada tahun 2019 penjualan mobil Mitsubishi Xpander sebanyak 62.666 unit, dengan market share 26 persen (secara nasional di segmen LMPV).

Penjualan mobil di kelas *low MPV* masih bergairah sepanjang tahun. Masyarakat Indonesia masih memburu mobil keluarga yang bisa angkut tujuh orang sekaligus tersebut. Terbukti, mobil paling laris di Indonesia masih didominasi oleh *segmen low MPV*, yaitu Toyota Avanza. Mobil Toyota Avanza memang belum tergoyahkan sebagai mobil paling laku. Di Indonesia, saat ini *low MPV* tidak hanya ditawarkan oleh Toyota dengan Avanza atau Daihatsu dengan Xenia. Tidak cuma dari pabrikan Jepang, merek China juga mencari peruntungan di segmen otomotif tergemuk di Indonesia ini. Menurut Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) merangkum penjualan tujuh

model LMPV yang paling diminati masyarakat dari segi harga, fasilitas dan ramah lingkungan namun berdasarkan dari data yang didapatkan peneliti, bahwa penjualan mobil Mitsubishi Xpander di kota Semarang pada tahun 2017 sampai 2018 mengalami kenaikan. Sedangkan pada tahun 2019 Penjualan mobil Mitsubishi Xpander mengalami penurunan sebagai berikut :

**Grafik 1.1**

Penjualan mobil Mitsubishi Xpander di Kota Semarang  
Tahun 2017-2019



Sumber : Data Sekunder yang diolah 2019

Sejak diperkenalkan pada akhir agustus 2017 mobil Mitsubishi Xpander mampu menjual sebanyak 850 unit dalam kurun waktu empat bulan. Penjualan mobil Mitsubishi Xpander mengalami kenaikan sebanyak 2.390 unit dari 850 unit menjadi 3.240 unit. Namun pada tahun 2019 mengalami penurunan sebanyak 432 unit. Untuk itu penulis ingin mengetahui penyebab terjadinya fenomena tersebut.

Penulis mengatakan bahwa penurunan penjualan yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa variabel independen yang ada dalam penelitian ini, variabel independen mempengaruhi secara signifikan terjadinya keputusan pembelian. Bagaimanapun juga, angka penjualan adalah faktor penting yang akan mempengaruhi jumlah keuntungan yang bisa dihasilkan. Jika angka penjualan tinggi, maka potensi keuntungan yang didapatkan juga akan menjadi lebih besar. Untuk itu penulis tertarik meneliti apa saja yang menjadi faktor-faktor terjadinya keputusan pembelian..

Dalam studi ini terdapat penelitian yang menunjukkan *research gap*, dimana variabel citra merek penelitian dilakukan oleh Larasrini dkk (2015) mengemukakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2017) mengemukakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Larasrini dkk (2015) mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutarno dkk (2014) mengemukakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Siswanto (2018) mengemukakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Khaerudin (2014) mengemukakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Melihat fenomena dari hasil penjualan mobil Mitsubishi Xpander dan beberapa penelitian terdahulu, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander di Kota Semarang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander?
3. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini secara garis besar adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan nilai pelanggan terhadap minat beli mobil Mitsubishi Xpander pada konsumen mobil Mitsubishi di Kota Semarang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander.
3. Untuk menganalisis nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademik  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai citra merek, kualitas produk dan nilai pelanggan yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang berguna dalam hal mengelola sumber daya perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.
3. Bagi Penulis  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan penulis mampu menjadikan sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang diperolehnya guna dapat diimplementasikan dalam lapangan kerja yang sesungguhnya. Selain itu, penelitian ini digunakan penulis sebagai bahan pembelajaran apa yang menjadi faktor terciptanya keputusan pembelian.