

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri otomatis di Indonesia khususnya industri mobil, perkembangan persaingannya menjadi pesat dan ketat. Terlihat dari produsen mobil yang berinovasi secara menerus terhadap produknya. Perihal ini bisa ditinjau dari makin bervariasinya desain, merek dan jenis mobil yang ada di Indonesia. Akibat dari tindakan itu, konsumen makin selektif dalam pemilihan produk. Aspek yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam memilihnya yakni ditinjau dari segi perolehan nilai atau manfaat dari produk tersebut serta konsumen juga mempertimbangkan besaran biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya. Konsumen kesulitan dalam memilih produk dikarenakan banyak produk yang punya kesamaan pada bentuk, kegunaannya, serta fitur lainnya. Produsen terus melakukan inovasi produk agar menarik perhatian konsumen sehingga konsumen bersedia untuk membeli hasil produknya.

Desain ialah penawaran solusi bidang kreasi berbentuk visual, sebagai tanda tiap aspek visual akan disusun berdasar strategi tertentu agar peroleh susunan komposisi visual yang bisa dijadikan stimulus bagi proses penafsiran. Rancangan komposisi produk harus memperhatikan nilai yang dianut masyarakat dimana produk itu digunakan, sebab produk ialah sekumpulan tanda yang ditafsirkan masyarakat sebagai pemakai produk yang dirancang (Andry Masri, 2021:3).

Konsumen punya sikap kritis dan selektif pada pilihan produk yang akan dibeli. Tak berupa fisik produk saja, tetapi berbagai aspek kualitas dan kepuasan

ada di produk itu yang diawali tahap pembelian hingga penjualan. Konsumen sebelum proses membeli produk, konsumen akan diberi pilihan produk dan konsumen harus membuat keputusan memilih produk sehingga konsumen bisa membuat keputusan pembelian berdasar aspek kualitas produk itu. Apakah produk itu berbanding dengan kualitas produk yang diikuti kepuasan konsumen dari pihak yang menawarkan produk itu telah memberi kualitas produk yang baik atau buruk. Keputusan pembelian ialah tahapan pengambilan keputusan pembelian ini dimana konsumen dengan sebenarnya ingin membeli. Pengambilan keputusan yakni agenda individu yang terlibat langsung memperoleh dan memakai barang yang ditawarkan (Mariana, 2019: 392).

Merek bisa menambahkan kepekaan pembeli pada mutu dan karakteristik produk yang saling bersaing. Merek bisa memberi kepercayaan diri konsumen, kadang jadi sangat personal, serta bagian dari citra (image) yang dibangun konsumen. Suatu merek ada di bagian unik guna peroleh aspek-aspek, misalnya kepuasan material dan pemenuhan emosional sebab mereka bisa memanfaatkan dorongan aspirasional yang mendasari motivasi manusia. Citra merek yang bagus dan terpercaya lebih memberi rasa aman saat konsumen memakai produk yang ingin dibeli (Kaila, 2019: 2).

Kepuasan konsumen yang baik akan memberi kesan baik konsumen serta bisa meyakinkan konsumen terkait pemilihan keputusan produk yang dibeli. Pusat kepuasan konsumen ada pada upaya pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen serta penyampaian yang tepat guna mengimbangi harapan yang diinginkannya. Kepuasan konsumen ialah ukuran seberapa bagusnya tingkat

kualitas yang diberikan bisa memenuhi ekspektasi pelanggan pada keputusan pembelian produk (Rondonuwu, 2018:720).

Pengambilan keputusan pembelian oleh desain, kualitas produk dan citra merek. Peneliti menemukan berbagai kendala pada ketiga hal tersebut pada keputusan pembeli yang membuat peneliti tertarik sekali untuk meneliti lebih jauh. PT Rodamas Makmur Motor ialah usaha di bidang penjualan mobil berlokasi Jalan Yos Sudarso Kota Batam. Adapun jenis mobil yang dijual oleh perusahaan ini berupa jenis mobil Nissan Livina.

Berdasarkan hasil observasi permasalahan di PT Rodamas Makmur Motor Kota Batam desain produk yang membosankan konsumen sehingga berkurangnya kepercayaan konsumen pada produk, kualitas produk dan citra merek yang masih kurang diperhatikan kualitas sehingga akibat perihal itu akan terjadi masalah dalam proses keputusan konsumen dalam membeli produk Nissan. Dibawah ini merupakan data perbandingan desain model Nissan dengan desain Toyota.

**Tabel 1. 1** Data Perbandingan Penjualan Model Nissan dengan Toyota

<b>Bulan</b>	<b>Nissan</b>	<b>Toyota</b>	<b>Total</b>
Juli	35	72	107
Agustus	25	82	107
September	45	62	107
Oktober	39	68	107
November	50	57	107
Desember	17	90	107

**Sumber:** Data Perbandingan Penjualan Model Nissan dengan Toyota

Berdasarkan perbandingan desain model desain nissan dengan Toyota dapat dilihat bahwa peminat dari mobil Nissan sangat lah sedikit yang disebabkan kurangnya desain yang membuat konsumen bosan dan kepercayaan konsumen pada produk kurang. Berdasarkan penjelasan tersebut, sehingga peneliti merasa termotivasi untuk melakukan riset berjudul: **“Pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasar pemaparan permasalahan itu, bisa didefinisikan masalah riset yakni:

1. Desain produk yang membosankan
2. Kualitas produk yang kurang diperhatikan
3. Citra merek yang kurang diperhatikan
4. Proses keputusan konsumen dalam membeli produk Nissan

### **1.3. Batasan masalah**

Batasan masalah pada studi ini dijabarkan dalam pernyataan di bawah ini:

1. Variabel yang dipilih menjadi fokus dalam penelitian ini adalah antara lain: Pengaruh desain ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Citra Merek ( $X_3$ ) dan Terhadap keputusan pembelian ( $Y_1$ )
2. Kategori penelitian Katagori penelitian ini dibatasi dengan meneliti konsumen pada produk Nissan Livna

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasar uraian tersebut, penulis ingin meneliti lebih detail. Didapatkan rumusan persoalan riset ini yakni:

1. Apakah desain ada dampak pada keputusan pembelian Produk Nissan Livina di PT Rodamas Makmur Motor ?
2. Apakah Kualitas produk ada dampak pada keputusan pembelian Produk Nissan Livina di PT Rodamas Makmur Motor ?
3. Apakah merek ada dampak pada keputusan pembelian Produk Nissan Livina di PT Rodamas Makmur Motor ?
4. Apakah desain, kualitas produk dan merek ada dampak pada keputusan pembelian Produk Nissan Livina di PT Rodamas Makmur Motor ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Ada tujuan riset yang bisa dijabarkan berikut untuk mengetahui:

1. Dampak desain produk pada keputusan pembelian mobil Nissan Livina
2. Dampak kualitas produk pada keputusan pembelian mobil Nissan Livina
3. Dampak citra merek produk pada keputusan pembelian mobil Nissan Livina
4. Dampak bersamaan desain, kualitas produk dan citra merek pada keputusan pembelian mobil Nissan Livina di PT Rodamas Makmur Motor.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Riset ini tentu akan memberi hasil positif teruntuk seluruh pihak yang terlibat. Manfaat riset bisa dijabarkan :

##### **1.6.1. Manfaat Secara Teoritis**

Hasil riset harapannya bisa memberi informasi serta bisa dijadikan dasar materi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan sumber daya manusia (SDM) yang berkeinginan meneliti terkait Desain, Kualitas Produk dan Merek ada dampak pada keputusan pembelian Produk Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor.

### **1.6.2. Manfaat Secara Praktis**

#### **1. Produk Nissan Livina di Kota Batam**

Hasil riset harapannya bisa memberi masukan bagi pihak manajemen untuk penentuan langkah tepat sebagai upaya mengembalikan tingkat pembelian kembali produk Nissan Livina dengan cara meninjau aspek-aspek yang memberi pengaruh desain, kualitas produk dan merek dalam melakukan pembelian maka bisa meningkatkan volume penjualan. Riset ini harapannya bisa menambah informasi yang bisa dijadikan pertimbangan oleh produk nissan di kota batam, sehingga kedepannya bisa untuk penentuan kebijakan.

#### **2. Bagi Akademik**

Hasil riset harapannya bisa dijadikan pedoman materi acuan dan menambah pengetahuan materi referensi perpustakaan bagi riset selanjutnya mengenai keputusan pembelian.

#### **3. Bagi Peneliti**

Riset harapannya bisa meningkatkan pemahaman terkait manfaat dari keputusan pembelian pada usaha yang bisa ditetapkan di masa mendatang.