

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada keadaan ekonomi Indonesia yang makin sulit, persaingan pada industry otomotif cukup tinggi. Sebagai, satu dari industry paling besar di Indonesia. Industri otomotif Indonesia berkembang sangat pesat dan berkembang setiap tahun sebagai jawaban atas kebutuhan rakyat akan sarana transportasi yang layak. Hal ini disebabkan karena tuntutan zaman, yaitu agar manusia semakin lancar mencapai tujuannya waktu aktivitas sehari-hari.

Beberapa pelanggan lebih mementingkan suatu produk yang dilihat dari sisi kualitas dan inovasi yang berubah dari tahun ke tahun, kualitas dan inovasi tersebut sangat menentukan keputusan pembelian dari produk tersebut oleh pelanggan.

Kualitas produk ialah satu dari sekian faktor yang berpengaruh pada keputusan untuk melakukan pembelian. Setiap perusahaan tentunya selalu memperhatikan kualitas produknya. Pernyataan ini didukung oleh (Broto and Wenas 2016: 156) menyatakan bahwa Kualitas produk merupakan hal yang amat bermakna sehingga setiap perusahaan wajib bekerja keras agar produk akhir dapat bersaing di pasar dan memenuhi harapan setiap konsumen.

Selain itu, inovasi produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam membuat suatu barang perlu adanya inovasi untuk membedakan barang dari pesaing dan faktor-faktor yang menjadikan suatu produk lebih unggul dari

produk sejenis lainnya. Pernyataan ini di dukung oleh (Soegoto and Soepeno 2018: 3554) menyatakan bahwa Inovasi produk ialah satu cara untuk memberi nilai tambah yang merupakan salah satu komponen kunci keberhasilan operasional bisnis, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga membutuhkan produk yang berkualitas.

Proses memilih dari beberapa pilihan serta menyelesaikan situasi yang dihadapi oleh pelanggan, kemudian pelanggan dapat mengevaluasi pilihan yang berbeda ini dan menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. (Broto dan Wenas 2016: 156) mendukung pernyataan tersebut, yang menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan dua ataupun lebih pilihan bagi konsumen untuk membeli.

PT Agung Toyota Batam merupakan pemasok mobil bermerek Toyota yang berpusat di Jepang dan mendirikan salah satu cabang sebagai *supplier* yang berlokasi di Jendral Sudirman No. 13 di Batam yang berdiri pada tanggal 16 Juni 2017. Untuk dapat bersaing didunia bisnis otomotif, PT Agung Automall harus menjunjung tinggi keputusan pembelian. Maka dari itu, perusahaan wajib memperhatikan inovasi produk dan kualitas produk.

Permasalahan dalam PT Agung Toyota adalah inovasi produk yang berkembang ditiap tahunnya, yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Berikut spesifikasi inovasi produk yang berkembang.

Tabel 1.1 Spesifikasi Inovasi Produk pada PT Agung Toyota

Jenis Mobil	Spesifikasi	
	2015	2020
Avanza Veloz	<ul style="list-style-type: none"> - Body mobil lebih kokoh - Tidak mudah berlekuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Body mobil lebih elastis - Mudah berlekuk
Rush	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi (PxLxT) lebih kecil 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi (PxLxT) lebih besar
Yaris	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi (PxLxT) lebih kecil - Ukuran ban kecil 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimensi (PxLxT) lebih besar - Ukuran ban besar

Sumber: PT Agung Toyota, 2020

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa inovasi produk yang terdapat pada mobil Avanza dan Rush yaitu seiring berkembangnya dan peningkatan kualitas produk yang menjadi permasalahan. Yang pertama pada mobil Rush yang berubah secara drastis terutama bagian body yang di desain menjadi besar dan panjang dari sebelumnya. Yang kedua pada mobil Avanza, inovasi yang diberikan pada tahun ini adalah body mobil yang di desain semakin elastis. Elastis yang dimaksud ialah mudah berlekuk apabila terbentur sesuatu. Yang ketiga pada mobil yaris, inovasi yang terlihat dibagian body mobil yang dimensinya menjadi lebih besar.

Masalah kedua adalah kualitas produk tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sehingga pelanggan hanya melihat sekilas mobil perusahaan lain.

Tabel 1.2 Spesifikasi Kualitas Produk pada PT Agung Toyota

Jenis Mobil	Spesifikasi	
	2015	2020
Avanza Veloz	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tarikan dari mesin kuat - Body mobil yang kokoh, tidak mudah berlekuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tarikan dari mesin lemah - Body mobil yang elastis, mudah berlekuk

Rush	- Lebih bertenaga	- Kurang bertenaga
Yaris	- Lebih bertenaga - 4-transmisi kecepatan otomatis	- Kurang bertenaga - Transmisi: 5-kecepatan manual

Sumber: PT Agung Toyota, 2020.

Dapat dilihat dari tabel 1.2 kualitas *body* pada mobil Avanza pada tahun 2015 lebih kokoh dibandingkan kualitas *body* pada tahun 2020 yang lebih elastis, hal ini bisa disaksikan dari resiko cedera yang dialami apabila terjadi kecelakaan. *Body* mobil Avanza pada tahun 2015 apabila terjadi kecelakaan dapat menyebabkan cedera yang berat dikarenakan kekokohan tersebut. Berbanding terbalik dengan kualitas *body* pada tahun 2020 apabila terjadi kecelakaan sangat kecil untuk mengalami cedera. Dikarenakan minimnya pengetahuan dan informasi yang didapat oleh konsumen maka konsumen cenderung lebih memilih kualitas yang lebih kokoh. Avanza, Rush, dan Yaris tahun 2015 memiliki daya tarik yang kuat dan bertenaga apabila melewati jalanan yang menanjak, berbeda dengan tahun 2020 daya tarik kurang bertenaga. Pada mobil yaris tahun 2015 transmisinya 4 kecepatan otomatis, pada tahun 2020 transmisinya di naikkan hingga 5 tetapi hanya pada kecepatan manual. Kualitas yang ditingkatkan hanya dapat digunakan pada konsumen yang dapat mengendalikan atau menggunakan tranmisi manual, dan proses perpindahan pada transimisinya cukup terasa atau agak kasar.

Dari permasalahan diatas dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian akan produk tersebut. Dari segi kualitas pada tahun 2020 yang elastis dan inovasi produk pada tahun 2020 yang *body* mobil di desain menjadi besar. Maka

konsumen hendak memikirkan hal tersebut sebelum melakukan keputusan pembelian, hal tersebut akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan.

Salah satu strategi perusahaan dalam membangun keputusan pembelian konsumen yaitu memperbaiki kualitas produk dan inovasi suatu produk. Dengan diterapkannya inovasi produk sekaligus didukung dengan kualitas produk, maka persentase keberhasilan memenangkan persaingan tersebut sangatlah besar. Kualitas produk adalah konten penting yang harus diperjuangkan oleh setiap perusahaan untuk berhasil di pasar yang sangat kompetitif. Apabila kualitas produk tersebut kurang baik menurut pelanggan, maka akan ada peluang pelanggan berpindah hati serta pandangan pelanggan membeli di perusahaan lain.

Tabel 1.3 Data Penjualan tahun 2015-2020 pada PT Agung Toyota

Avanza Veloz		Rush		Yaris	
Tahun	Penjualan	Tahun	Penjualan	Tahun	Penjualan
2015	840 unit	2015	229 unit	2015	100 unit
2016	539 unit	2016	171 unit	2016	85 unit
2017	323 unit	2017	97 unit	2017	42 unit
2018	277 unit	2018	145 unit	2018	36 unit
2019	285 unit	2019	289 unit	2019	32 unit
2020	107 unit	2020	111 unit	2020	7 unit

Sumber: PT Agung Toyota, 2020.

Dapat disaksikan dari tabel 1.3 jika penjualan dari bulan ke bulan mengalami penurunan. Pada mobil Avanza tahun 2015 penjualan sebesar 840 unit, tahun 2016 penjualan sebesar 539 unit, tahun 2017 penjualan sebesar 323 unit, tahun 2018 penjualan sebesar 277 unit, tahun 2019 penjualan sebesar 285 unit, tahun 2020 penjualan sebesar 107 unit. Begitu juga dengan mobil Rush tahun

2015 penjualan sebesar 229 unit, tahun 2016 penjualan sebesar 171 unit, tahun 2017 penjualan sebesar 97 unit, tahun 2018 penjualan sebesar 145 unit, tahun 2019 penjualan sebesar 289 unit, tahun 2020 penjualan sebesar 111 unit. Begitu juga pada mobil Yaris tahun 2015 penjualan sebesar 100 unit, tahun 2016 penjualan sebesar 85 unit, tahun 2017 penjualan sebesar 42 unit, tahun 2018 penjualan sebesar 36 unit, tahun 2019 penjualan sebesar 32 unit, dan tahun 2020 penjualan sebesar 7 unit. Hal tersebut terjadi karna faktor inovasi produk dan kualitas produk yang telah dijabarkan diatas.

Oleh karena itu, melalui uraian tersebut, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan studi yang berjudul: **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT AGUNG TOYOTA BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berbagai permasalahan yang diidentifikasi pada studi ini ialah

1. Dimensi mobil Rush yang semakin besar, panjang dan tinggi
2. Body mobil Avanza yang menjadi tipis
3. Tenaga mobil Avanza, Rush, dan Yaris menjadi kurang bertenaga
4. Transmisi yang ditingkatkan hanya dapat digunakan oleh konsumen yang bisa menggunakan transmisi manual

1.3. Batasan Masalah

Pada studi ini dirancang pembatasan - pembatasan masalah keterbatasan waktu, materi, untuk itu penulis membatasi permasalahan pada inovasi produk, kualitas produk, dan kepuasan pembelian di PT. Agung Toyota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam?
3. Apakah inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Melalui rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan studi ini ialah:

1. Guna melihat pengaruh inovasi produk pada keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam.
2. Guna melihat pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam.
3. Guna melihat pengaruh inovasi produk dan kualitas produk pada keputusan pembelian di PT Agung Toyota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Studi ini nantinya bisa menambah pengetahuan serta wawasan, sehingga nantinya dapat diterapkan teori- teori yang berhubungan dengan keputusan pembelian, inovasi produk, dan kualitas produk.

1.6.2. Manfaat Praktis

Studi ini bisa menjadi panduan guna pencapaian tujuan bersama serta bermanfaat guna:

1. Bagi Peneliti

Bisa memperkaya wawasan dari masalah-masalah yang telah diteliti khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini nantinya bisa berguna untuk perusahaan dalam mencapai tujuannya, karna dengan adanya pengaruh inovasi produk dan kualitas produk instansi mampu memahami aspek yang di lihat pelanggan pada saat melakukan pembelian suatu produk.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Diharapkan hasil studi bisa dijadikan sebagai bahan referensi serta dokumen akademik yang bermanfaat, dapat digunakan sebagai rujukan di kalangan akademisi, dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.