

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kendaraan roda empat di Indonesia berkembang pesat yang telah diimpor dari berbagai negara mulai Jepang, Eropa, Amerika dan lain-lain. Di Indonesia sendiri kendaraan roda empat sangat bermacam-macam mulai dari mobil murah dan ramah lingkungan (*Low Cost Green Car*) hingga mobil *super car* ada di Indonesia, yang membuat persaingan penjualan antar perusahaan kendaraan roda empat semakin tinggi dan membuat perusahaan kesulitan untuk bersaing.

Konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih kendaraan roda empat, terutama kendaraan roda empat asal Jepang mendapat posisi tersendiri di dalam hati konsumen otomotif Indonesia. Ini pun menghasilkan citra merek yang bagus untuk produk-produk Jepang. “Citra mobil murah, irit dan berkualitas” ([www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com)). Karena tingginya persaingan dan pandangan masyarakat Indonesia yang lebih memilih produk kendaraan roda empat asal Jepang, yang memiliki keunggulan sendiri, harga yang ditawarkan lebih rendah dan biaya perawatan yang cukup terjangkau dibandingkan dengan kendaraan roda empat asal Eropa dan Amerika. Hal ini membuat perusahaan kendaraan roda empat asal Eropa dan Amerika sulit untuk bersaing, terutama produk Ford.

Ford Motor Indonesia telah didirikan pada tahun 2000 yang telah mendapatkan hak sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Ford di Indonesia mulai 2001, Ford adalah perusahaan kendaraan roda empat asal Amerika yang telah di impor oleh Ford Motor Indonesia.

Awal kemunculannya, Ford Motor Indonesia hanya menawarkan dua produknya yakni Ranger dan Everest. Namun, anak perusahaan resmi Ford ini terus berusaha menawarkan kualitas terbaik mobil Amerika Serikat. Perlahan mereka memperkenalkan jajaran produk terbaik mereka dari beragam segmen. Mulai dari Fiesta, Escape, Focus hingga EcoSport.

Ford dapat diterima masyarakat Indonesia dengan cukup baik. Bahkan Ford mampu menciptakan loyalitas tersendiri. Buktinya, Ford berada di posisi teratas pabrikan Eropa dan Amerika lain dalam penguasaan pasar beberapa tahun terakhir di Indonesia. (metrotvnews.com) dapat dilihat dari data Gaikindo berikut:

Tabel 1.1

**Pertumbuhan Pasar Mobil Amerika dan Eropa 2014-2015**

Pabrikan	2014		2015	
	Retail	Pasar*	Retail	Pasar*
<b>Ford</b>	11,614	1.0%	6,103	0.6%
<b>Chevrolet</b>	10,706	0.9%	4,881	0.5%
<b>Mercedes Benz</b>	3,888	0.3%	3,863	0.4%
<b>BMW</b>	2,547	0.2%	2,700	0.3%
<b>Volkswagen</b>	1,082	0.1%	605	0.1%
<b>Lain-lain</b>	3,178	0.3%	1,167	0.1%
<b>Total</b>	<b>33,015</b>	<b>2.8%</b>	<b>19,819</b>	<b>1.9%</b>

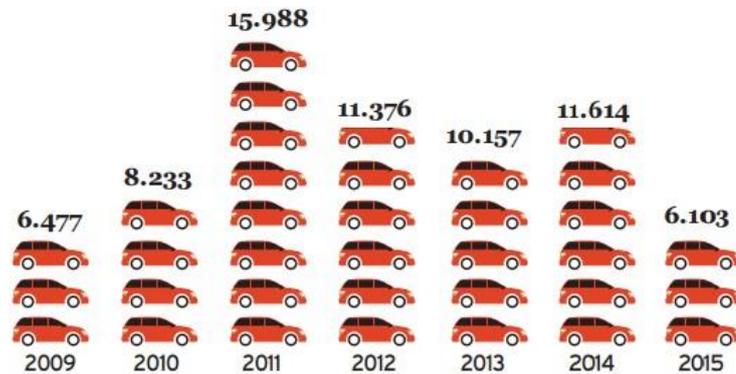
\*Dibandingkan total pasar retail keseluruhan

Sumber: Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo)

Penjualan produk Ford di Indonesia pada tahun 2009 hingga tahun 2016 dapat dikatakan cukup tinggi dapat dilihat dari tabel berikut:

Gambar 1.1

### Penjualan Ford Indonesia (Unit)



Sumber: Gaikindo

Dalam (carsplus.gatra.com) Purna jual Ford di Indonesia mendapatkan apresiasi yang sangat baik dimana Ford Motor Indonesia (FMI) dinobatkan menjadi yang terbaik dalam hal kepuasan pelanggan terhadap pelayanan purna jualnya di Indonesia oleh lembaga penelitian J.D. Power Asia Pacific 2013 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM. Penghargaan ini tentunya membantu menunjukkan komitmen Ford dalam memberikan pengalaman pelanggan yang tak tertandingi di seluruh jaringan dealer Ford di Indonesia. Hasil survei kepuasan pelanggan ini dilakukan terhadap 3.432 pemilik kendaraan baru antara bulan Februari 2011 sampai Mei 2012 dan melakukan servis ke dealer resmi antara Agustus 2012 sampai Mei 2013.

Walau minat beli yang cukup tinggi di pasar Indonesia, Ford justru mengeluarkan pernyataan resmi yang sangat mengejutkan. Mereka akan angkat kaki dari Indonesia pada pertengahan tahun 2016.

"Hari ini kami telah mengumumkan keputusan bisnis yang sulit untuk mundur dari seluruh operasi kami di Indonesia. Hal ini termasuk menutup

dealership Ford dan menghentikan penjualan dan impor resmi semua kendaraan Ford," ujar Managing Director Ford Motor Indonesia Bagus Susanto dalam siaran pers yang diterbitkan Senin 25 Januari 2016. ([www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com))

Ford perusahaan yang memiliki citra merek yang baik, kualitas pelayanan Ford sangat baik kepada konsumennya, dan penjualan tertinggi di antara kendaraan roda empat asal Eropa dan Amerika lain di Indonesia. Mengapa Ford motor Indonesia harus mengundurkan diri dari Indonesia.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk Ford di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada produk Ford di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk Ford di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan tentang pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli produk Ford di kota Bandung.

##### 2) Bagi Perusahaan

Bagi PT.Ford Motor Indonesia Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT.Ford Motor Indonesia, untuk menyelesaikan permasalahan perusahaan yang ada.

##### 3) Bagi Akademis

Dapat berguna bagi banyak orang dan diharapkan dapat dikembangkan lagi dari penelitian ini.

