

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan aktivitas secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Salah satu sarana transportasi tersebut adalah mobil (Andrianto & Idris, 2013). Mobil sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Tingginya kebutuhan akan alat transportasi yang terus meningkat membuat industri mobil berkembang, sampai saat ini terdapat banyak perusahaan dalam industri mobil bersaing untuk menjadi yang terbaik untuk menguasai pangsa pasar dalam negeri (Gunawanti, 2013). Persaingan yang semakin ketat yang membuat perusahaan di tuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk pesaing, kualitas produk yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsinya dan kegunaannya, dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut (Purwati et al., 2012). Selain dari kualitas produk, pengaruh harga suatu produk juga sangat penting. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, jika

harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diarahkan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan kualitas produk yang ada (Purwati et al., 2012).

Terdapat sejumlah perusahaan yang menguasai pangsa pasar penjualan mobil salah satunya adalah Honda. Honda adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang sector produksi otomotif yang memproduksi kendaraan roda empat dan roda dua. Penjualan mobil Honda bulan Januari dan Februari di tahun 2015 ini tercatat sebanyak 16.855 unit dan 13.682 unit (Pusat Data Makroekonomi, 2015). Honda memiliki keunggulan yang terlihat dari desainnya, mesin dan juga keandalannya serta harganya yang lebih terjangkau. Mesin yang digunakan oleh Honda terkenal sangat awet atau bandel, serta untuk bahan bakar, mesin Honda memang rajanya irit, sekalipun sangat irit bahan bakar tap laju kendaraan tetap kencang. Spesifikasi mobil yang inovatif juga menjadi salah satu keunggulan Honda, yakni Honda selalu membuat spesifikasi mobil yang bagus bahkan selalu berinovasi untuk membuat mobil barunya terlihat berbeda dari yang lain serta Honda selalu membuat mobil sesuai kebutuhan masyarakat Indonesia, sehingga setiap peluncurannya selalu mendapat sambutan baik di pasaran. Hal lain yang menjadi keunggulan Honda yakni Harga suku cadang yang terjangkau sehingga pengguna dapat melakukan perawatan mobil dengan biaya terjangkau serta *spare part* atau suku cadang yang mudah didapatkan. Dari segi harga, masyarakat Indonesia sangat suka dengan mobil murah, tetapi bukan murahan, dan salah satu mobil yang digemari di Indonesia adalah mobil Honda. Merk Honda memang memiliki keunggulan pada mesin

dan juga modelnya, namun harga mobil ini ternyata lebih terjangkau. Karena harga mobil merk Honda yang terjangkau maka banyak konsumen yang tertarik untuk membeli mobil keluaran Honda. Selain itu, dengan harga yang cukup terjangkau tersebut pembeli bisa mendapatkan mobil yang *trendy* dan eksklusif (www.jakartahonda.com).

Dengan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti fenomena tersebut yang dituangkan kedalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mobil Honda”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli mobil Honda?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli mobil Honda?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli mobil Honda.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli mobil Honda.

1.4 Kegunaan Penelitian

- **Bagi Akademisi**

Penelitian ini merupakan sarana bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya teori – teori mengenai kualitas produk, harga dan minat beli. Selain hal tersebut, penelitian ini merupakan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya

- **Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan Honda, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan-keputusan manajemen pemasaran perusahaan khususnya mengenai kualitas produk dan menetapkan harga sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.