

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini kebutuhan manusia semakin hari semakin meningkat, mulai dari kebutuhan primer (pangan, sandang, papan), maupun kebutuhan sekunder (kendaraan sekolah, dan lain-lain). Dan semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan kebutuhan sekunder saat ini seperti kebutuhan akan kendaraan yang nyaman, aman, dan terjangkau, membuat permintaan akan kendaraan tersebut meningkat dan membuat industri otomotif berlomba-lomba membuat produk yang dapat dijangkau oleh masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah kendaraan roda empat, kendaraan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena memudahkan mereka dalam beraktifitas sehari-sehari.

Zaman sekarang kehadiran mobil murah / *low cost green car* (LCGC) di Indonesia memenuhi, sekaligus menjawab kebutuhan akan transportasi murah yang di butuhkan oleh masyarakat Indonesia. Kehadiran mobil murah LCGC di Indonesia ini sangat pas dengan pasar otomotif di Indonesia yang kebanyakan tingkat konsumsi konsumen nya masih didominasi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah yang memiliki mobilitas yang tinggi.

Mobil LCGC diberi keringanan pajak oleh pemerintah berupa penghapusan pajak pertambahan nilai barang mewah (PPnBM). Syarat yang harus dipenuhi mobil LCGC itu sendiri yaitu mobil harus memiliki kapasitas mesin 900-1200 cc dan mobil harus memenuhi konsumsi bahan bakar 20km/liter dan kandungan lokal mobil yang harus dipenuhi pabrikan untuk produksi mobil LCGC yakni memiliki 85 persen kandungan lokal. Industri mobil di Indonesia pun berlomba-lomba menciptakan mobil LCGC untuk memenuhi permintaan pasar Indonesia.

Beberapa merek mobil yang ada di Indonesia yang memproduksi mobil LCGC di antaranya adalah, Honda, Toyota, Daihatsu, Suzuki, dan Datsun. Para brand mobil tersebut masing-masing memproduksi mobil LCGC nya sendiri, seperti di bawah ini :

Tabel 1. 1 Data Merek Mobil LCGC Indonesia

Produsen Mobil LCGC	Merek Mobil
Toyota	Agya Calya
Daihatsu	Ayla Sigra
Honda	Brio / Satya
Suzuki	Wagon R
Datsun	Go-panca

Sumber : Gaikindo, Data diolah oleh Peneliti

Masyarakat Indonesia cukup banyak yang antusias menyambut kehadiran mobil LCGC ini, sebagai negara yang masih berkembang tidak heran bahwa masyarakatnya sangat antusias dengan kehadiran mobil ramah lingkungan dan ekonomis ini, terbukti bahwa dari tahun ke tahun mobil LCGC terus mengalami peningkatan pangsa pasar mobil di Indonesia, berdasarkan data yang diambil dari gabungan industry kendaraan bermotor Indonesia (GAIKINDO). Semenjak kehadirannya di tahun 2013 Mobil LCGC terus mengalami peningkatan pangsa pasar (*Market Share*) dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 2 Data Pangsa Pasar Mobil LCGC

Tahun	Pangsa Pasar (Mobil LCGC)
2013	4%
2014	14%
2015	16%
2016	22%
2017	22%

Sumber : Gaikindo, Data diolah oleh Peneliti

Menurut Jongkie (Ketua 1 GAIKINDO) masyarakat cenderung memilih mobil LCGC kerana memiliki desain yang baik, harga yang terjangkau, dan hemat bahan bakar. “Karena letiga hal inilah maka penjualan mobil LCGC laku keras, kata Jongkie. (*sumber :Tribunnews.com*). Periode Januari-Desember tahun (2017) kemarin peringkat pertama penjualan mobil LCGC terbanyak ditempati oleh Toyota Calya sebanyak 73.236 unit.

Kemudian menyusul Daihatsu Siga 44.993 unit, dan Honda Brio Satya 43.378 unit.

Tabel 1. 3 Data Penjualan Merek Mobil LCGC Tahun 2017

Merek Mobil LCGC	Total Penjualan Tahun 2017 (unit)
Toyota Calya	73.236
Daihatsu Siga	44.993
Honda Brio Satya	43.378
Toyota Agya	29.004
Daihatsu Ayla	28.031
Datsun GO+	6.181
Suzuki Karimun Wagon R	5.408
Datsun GO	4.303

Sumber : Gaikindo, Data diolah oleh Peneliti

Toyota Calya meroket pesat penjualannya dibandingkan dengan periode Januari-Desember tahun 2016 yang hanya terjual sebanyak 47.280 unit saja, naik sekitar 54% lebih atau naik sekitar 25.956 unit menjadi 73.236 unit pada tahun 2017. Dibandingkan dengan pesaing sejenisnya seperti mobil Daihatsu Siga yang hanya mencatatkan penjualan sebanyak 31.939 unit pada tahun 2016, dan 44.993 unit pada tahun 2017. Membuat Toyota Calya menjadi Mobil LCGC paling banyak terjual dibandingkan dengan mobil LCGC lainnya sepanjang tahun 2017. Toyota Calya merupakan produk mobil LCGC berpenggerak roda depan 4x2 dengan mesin 1.2 liter karena berstatus mobil LCGC maka mobil Toyota Calya tidak dikenakan pajak pertambahan nilai barang mewah (PPnBM).

Tabel 1. 4 Data Perbandingan Penjualan Mobil LCGC Dengan Produk Sejenis Tahun 2016-2017

Merek Mobil	Tahun 2016	Tahun 2017
Toyota Calya	47.280	73.236
Daihatsu Siga	31.939	44.993

Sumber : Gaikindo, Data diolah oleh Peneliti

Dengan demikian, perusahaan otomotif harus bisa memahami perilaku konsumen sarannya, karena demi kelangsungan hidup usahanya perusahaan harus bisa memenuhi segala kebutuhan konsumen sarannya. Perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Kanuk dan Schiffman dalam Saputra, 2013).

Pada dasarnya perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya sosial, pribadi dan psikologis yang secara tidak langsung maupun langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dengan memahami perilaku konsumen ini perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan pasar sasaran nya. Produk otomotif yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi, persepsi dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Selain itu kemudahan konsumen dalam mendapatkan alat tranportasi berupa mobil dapat diakses dengan mudah oleh sistem

pemberian kredit dengan *down payment* (DP) yang ringan serta *cash back* yang akan diterima oleh konsumen.

Saputra (2013), melakukan penelitian mengenai Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoardjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan faktor motivasi adalah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena didasarkan pada dorongan yang dimiliki oleh seseorang misalnya, kualitas dari produk, kenyamanan kendaraan, harga puna jual yang menjanjikan, layanan servis dan kualitas servis yang baik dan harga dari produk tersebut. Sedangkan keputusan pembelian akan tercapai apabila muncul persepsi positif terhadap produk yang akan di beli. Dan sikap konsumen yang positif akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Wahyuni (2008), melakukan penelitian mengenai Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Motivasi dalam diri seseorang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian karena didasarkan pada dorongan yang dimiliki misalnya, penilaian terhadap kualitas

harga, kenyamanan pemakaian terhadap barang yang dibutuhkan. Keputusan pembelian akan cepat terlaksana apabila muncul persepsi positif terhadap produk atau jasa yang akan dibeli, sikap konsumen dapat dilihat dari kepercayaan, emosional untuk memiliki suatu barang, dengan sikap yang positif maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan dengan fenomena yang ada dan penelitian terdahulu Saputra (2013) dan Wahyuni (2008), mendorong peneliti untuk melakukan replikasi penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan subjek pengguna mobil Toyota Calya di Yogyakarta, dengan Judul : **“PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LCGC (*LOW COST GREEN CAR*) STUDI KASUS PADA PENGGUNA MOBIL MEREK TOYOTA CALYA DI YOGYAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah adanya peningkatan penjualan yang signifikan mobil Toyota Calya, antara tahun 2016 dengan tahun 2017, atau sekitar 47.280 unit di tahun 2016 dan, meningkat di tahun 2017 menjadi sebesar 73.236 unit. Peningkatan penjualan ini menunjukkan adanya peningkatan keputusan pembelian mobil Toyota Calya oleh konsumen. Oleh karena itu peneliti menganalisis Motivasi, Persepsi, dan

Sikap konsumen diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan pembelian akan dipengaruhi juga dengan persepsi terhadap apa yang di inginkan serta sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang diminati dan akan dimiliki. Dari rumusan masalah di atas maka dapat di buat pertanyaan masalah sebagai berikut :

1. Apakah motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Calya di Yogyakarta?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta?
3. Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta?
4. Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta
2. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta.

4. Menganalisis pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota Calya di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Memberikan dukungan empiris terkait dengan motivasi, persepsi, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. menjadikan acuan dan referensi dalam penelitian sejenis dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktik

Menjadi tambahan referensi bagi para praktisi bisnis terkait dengan motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Menjadi masukan bagi perusahaan atau instansi terkait dengan motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.