**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

 Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat dan bertambahnya

 penduduk di Jakarta maka meningkat pula kebutuhan manusia dari waktu ke

 waktu sehingga menjadikan beragamnya produk-produk yang ditawarkan. Salah

 satu produk yang saat ini dapat dikatakan cukup diminati masyarakat yaitu

 mengenai alat transportasi seperti kendaraan pribadi. Hal ini ditinjau dari data

mengenai jumlah penduduk Jakarta yang terus meningkat dan perubahan gaya

 hidup masyarakat yang menuntut alat transportasi tersebut. Adanya perilaku

 konsumen kalangan menengah ke atas memiliki pola hidup yang sangat konsumtif

dengan berbagai macam tuntutan karena bagi sebagian besar masyarakat, transportasi

 menjadi sangat penting dalam melakukan berbagai aktivitas dari satu tempat menuju

 ke tempat lain.

 Industri otomotif di Indonesia mengalami perkembangan selama beberapa

 tahun ini, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya permintaan pasar akan kendaraan

bermotor baik itu roda dua maupun roda empat. Untuk kendaraan roda empat

 sendiri dapat dilihat dari beragamnya merek dan jenis kendaraan yang

 ditawarkan serta mulai munculnya pabrik-pabrik yang memproduksi kendaraan

 dikarenakan semua konsumen menjadikan alat transportasi sebagai pelengkap

 kebutuhan hidup

 Jenis-jenis kendaraan yang diproduksi umumnya terdiri multi purpose vehicle,

 sport utility Vehicle, city car, dan double cab. Salah satu jenis kendaraan yang banyak

 diminati sekarang ini adalah kendaraan yang bisa melewati jalan-jalan berlubang

 dan banjir yang dimana lebih dikenal dengan sport utility vehicle (SUV). Kendaraan

 jenis ini mulai dilirik konsumen karena dilihat dari keunggulan dan performanya.

1

 Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas

produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam

mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh

konsumen. Salah satu Mobil SUV yang saat ini disukai oleh para konsumen adalah

Toyota Rush yang memiliki salah satu kelebihan yaitu desain terlihat sporty dan

terkesan gagah, Selain harganya yang murah, kelebihan Toyota Rush juga bisa dilihat

dari sisi eksteriornya. Sebab, pada sektor tampilan fisiknya ini, mobil buatan Toyota yang

berada di sektor small SUV tersebut didesain dengan gaya rancang yang sangat sporty

dan gagah. Tetapi di sisi lain Toyota Rush memiliki beberapa kekurangan yang sering

dikeluhkan oleh konsumen.

 Beberapa kekurangan pada kualitas Toyota Rush adalah masalah pada power

mesinnya, dimana performa yang dihasilkan pada ruang pacu yang dibenamkan mobil

ini terbilang masih kurang bertenaga, sehingga dengan kondisi yang seperti ini sangat

berhubungan juga dengan kemampuannya melaju saat membawa beban yang berkapasitas

besar, Terasa Oleng atau Limbung salah satu kekurangan Toyota Rush yang sering

dikeluhkan dan dirasakan konsumennya yaitu pada ketidakseimbangan saat mobil

melaju. Rasa tak seimbang yang dirasakan pengguna lebih cenderung kepada mobil

terasa oleng atau limbung. Terutama saat melaju dengan kecepatan tinggi. tentunya

hal ini membahayakan keselamatan saat berkendara. Suara Mesin Terdengar Lebih

Kasar, kekurangan Toyota Rush salah satunya ada pada suara mesinnya. Saat dibunyikan

suara mesin terdengar cukup kasar sehingga dipastikan akan mengganggu kenyamanan

penumpang yang berada dalam kabin mendengar suara bising dari sektor ruang pacunya.

Ruang kaki penumpang belakang sempitDi lain sisi, masalah Pada Toyota rush juga

terlihat Pada sisi ruang kabin, terutama di sektor penumpang belakang. ruang kabin di

sektor belakang yang dibuat luas tersebut berdampak pada ruang penumpang belakang.

di mana, justru akan membuat ruang kaki penumpang belakang sempit.

2

Kekurangan Toyota Rush terbaru saat ini adalah kapasitas mesin yang sama dengan

varian sebelumnya. Dengan membawa kapasitas mesin 1500cc tentu tidak ada yang

berubah untuk kapasitas mesinnya. Tetapi dengan kekurangan tersebut, tertutupi dengan

penggunaan mesin terbaru Toyota yakni Dual VVT-i (2NR) sehingga sensasi berkendaranya

pun akan lebih optimal dibandingkan varian sebelumnya.

**( Sumber : otovarian.com )**

**B.** **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang akan

dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

 1. Apakah fitur berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Toyota

 Rush ?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen

 Toyota Rush ?

**C. Batasan Masalah**

 Agar Pembahasan masalah lebih terfokus, maka dalam melakukan penelitian

 ini penulis hanya membatasi pada masalah sebagai berikut :

Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen Toyota

Rush di Jakarta ?

3

**D. Batasan Penelitian**

Dengan mengingat adanya keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki penulis dan

tanpa mengurangi maksud dari penelitian ini maka penulis membatasi hal-hal berikut

1. Obyek penelitiannya adalah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang

 Konsumen Toyota Rush.

2. Subyek penelitiannya adalah para pembeli dan pengguna Toyota Rush.

3. Ruang lingkup penelitiannya adalah wilayah Jakarta.

4. Periode penelitiannya dilakukan pada bulan Oktober 2018-November 2018

**E. Rumusan Masalah**

 Penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

 Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen

 Toyota Rush ?

**F. Tujuan penelitian**

 Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian pada

 Perusahaan ini adalah :

 Untuk mengetahui kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen

 Toyota Rush.

**G. Manfaat penelitian**

 Selain tujuan yang hendak dicapai dari diadakannnya penelitian ini, diharapkan

 Pula agar bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, bagi penulis, dan bagi pihak lain

 Yang antara lain sebagai berikut:

4

1. Bagi Perusahaan Toyota

 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan tambahan informasi

 dalam mempelajari kualitas produk yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian

 konsumen dan nantinya perusahaan bisa ikut bersaing dengan perusahaan lainnya.

2. Bagi Penulis

 Penelitian ini bermanfaat sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan mencoba

 untuk mengaplikasikan teori-teori dan mempraktekan ilmu tersebut secara riil yang

 terjadi di lapangan ke dalam penelitian ini sesuai dengan bidang ilmu manajemen

 pemasaran penulis.

5