



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi telah membawa perubahan yang sangat pesat diberbagai bidang, baik itu di bidang kesehatan, teknologi, dan otomotif. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari perubahan trendotomotif yang terjadi di Indonesia. Semua orang dituntut untuk bergerak dengan cepat dan dapat mengerjakan pekerjaan walaupun lokasinya jauh untuk menjangkau lokasi yang dekat maupun berjauhan dengan cepat, manusia membutuhkan alat transportasi. Alat transportasi merupakan alat yang dibutuhkan oleh manusia untuk bisa menjangkau jarak tempuh dengan cepat. Dengan adanya alat transportasi tingkat mobilitas manusia akan meningkat. Ada banyak alat transportasi di Indonesia baik yang tradisional maupun *modern*. Namun, seiring perkembangan zaman dan teknologi alat transportasi yang dibutuhkan sekarang adalah alat transportasi *modern*. Salah satu alat transportasi *modern* adalah mobil.

Mobil merupakan alat transportasi darat yang digemari oleh banyak orang karena selain fungsinya sebagai alat transportasi, tetapi juga dapat melindungi diri dari panas maupun hujan serta memberi kenyamanan bagi pengendaranya. Jumlah populasi mobil yang terus bertambah membuat jalanan semakin penuh. Hal tersebut diakibatkan karena kurangnya sarana prasarana transportasi umum di kota-kota besar Indonesia terutama di Jakarta. Dengan demikian banyak orang yang memilih membeli kendaraan pribadi dibandingkan menggunakan sarana transportasi umum Banyak orang yang menggemari mobil sebagai alat transportasi karena mobil dapat memuat lebih dari satu orang. Di Indonesia terutama di Jakarta yang padat sekali penduduknya menyebabkan banyak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



keluarga yang memilih mobil sebagai alat transportasi utamanya, terutama mobil segmen *Multi Purpose Vehicle* (MPV), karena mobil jenis *Multi Purpose Vehicle* (MPV) lebih nyaman dan lebih lega untuk membawa keluarga dan untuk beraktivitas sehari-hari.

Multi Purpose Vehicle (MPV) adalah mobil yang difungsikan untuk mengangkut keluarga dengan dimensi dan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan mobil sedan, mobil MPV merupakan mobil serbaguna yang memiliki tempat duduk untuk 7 orang serta bagasi. Umumnya tempat duduk baris tengah dan belakang pada mobil *Multi Purpose Vehicle* MPV dapat dilipat atau dilepas agar dapat memuat barang lebih banyak. *Multi Purpose Vehicle* (MPV) juga disebut bus kecil, mobil van kecil, dan mobil 7 penumpang. Salah satu mobil *Multi Purpose Vehicle* (MPV) yang paling diminati adalah Toyota Kijang Innova. Sudah hampir 40 tahun lamanya Toyota menjadi mobil pilihan keluarga Indonesia. Toyota Kijang Innova berada di kelas mobil *Multi Purpose Vehicle* (MPV). Kijang Innova ini masih menjadi salah satu mobil untuk keluarga yang paling banyak dipilih oleh masyarakat Indonesia. Mulai dari generasi pertama hingga generasi baru ini yang semakin *stylish* dan mewah. Secara konsep, Kijang Innova versi terbaru ini sebenarnya masih mengusung basis konsep seperti *upgrade* yang terjadi pada tahun 2013 silam, hanya saja sentuhan baru yang paling mencolok terdapat pada perubahan bentuk mobil tersebut. Hal ini terlihat pada bagian *fascia* depan New Toyota Innova ini akan melihat desain lampu utama yang kini memiliki bentuk persegi panjang dengan sudut yang lebih tegas.

Ada beberapa keunggulan dan kelebihan lainnya yang bisa membuat Anda terpanah dan ingin segera membelinya, bagian luar, tampak sekali memang mobil ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengalami perubahan yang cukup signifikan. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, konsep dari mobil ini mengusung basis konsep seperti *upgrade* yang terjadi pada tahun 2013 silam, hanya saja terdapat beberapa sentuhan baru dimasing-masing sudut. Misalnya, lampu utama pada New Kijang Innova ini tampak lebih modern dan berkelas lewat penempatan lampu heksagonal multireflektor yang lebih tajam. Sudut lainnya, yaitu *front grill* yang dibentuk dengan cukup besar dan dipadukan dengan *frame* bertingkat beraksen krom.

Beralih ke bagian *bumper*, untuk *bumper* depan, dirancang sejalur dengan lampu kabut yang berbentuk sangat minimalis dan *bumper* belakang yang dirancang lebih *sporty* lengkap dengan tambahan *spoiler*. Banyak yang mengatakan bahwa bagian ini termasuk salah satu yang difavoritkan oleh masyarakat. Selain itu, untuk bagian *body* belakang New Toyota Innova kini tampil lebih modern berkat *stoptlamp rear combination* dan diberi sentuhan ornamen eksklusif seperti *New Back Door Garnish Panel*. Sedikit perbedaan antara New Toyota Innova dengan versi lamanya adalah bentuk lampu utama yang dibuat masuk ke bagian dalam pintu belakang serta ukurannya yang kini lebih besar. Secara umum, spesifikasi New Toyota Innova pada bagian sisi eksterior kali ini memang tampak lebih mewah dan elegan.

Keunggulan dari New Toyota Innova generasi terbaru ini bukan hanya terlihat dari eksteriornya saja, tetapi juga bisa dirasakan dari sisi interior. Kijang Innova versi terbaru ini juga menghadirkan aura yang lebih baik di bagian kabin. Misalnya, untuk bagian *dashboard*, mobil ini diaplikasikan dalam bentuk futuristik dengan aksent kayu untuk menguatkan kesan eksklusif. Pada bagian depannya dirancang cukup minimalis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan akses setiap panel instrumen yang mudah dijangkau, baik untuk panel hiburan maupun yang lainnya. Hal tersebut bisa kita lihat dari material yang digunakan untuk interior New Toyota Innova yang terbilang sangat bagus. Bukan hanya itu penataan panel pada ruang kabin New Toyota Innova pun sangat atraktif sehingga menguatkan kesan mewah.

Setelah membahas *dashboard*, kini beralih ke bagian interior lainnya, seperti setir kemudi dan *arm rest driver* diberi aksesoris ornamen kayu yang terlihat mewah layaknya mobil premium, seluruh kursi penumpang yang sudah dilengkapi dengan *seatbelt*, dan terdapat *Argo Net* dan *Luggage Tray* yang bisa dimanfaatkan sebagai tambahan bagasi. Meskipun hanya untuk tipe mobil tertentu saja. Ini, saatnya membahas kecanggihan mesin yang dimiliki oleh mobil Kijang Innova ini. Untuk generasi terbaru ini, Toyota menghadirkan dua pilihan tipe mesin, yakni mesin bensin 2.0L serta mesin diesel 2.4L. Untuk versi bensin, mobil ini dibekali dengan mesin tipe 4 Silinder Segaris, 16 Katup, DOHC, VVT-i. Mesin berkapasitas 1998 cc tersebut mampu memuntahkan tenaga maksimal sebesar 136 Ps pada 5.600 rpm dan torsi maksimal sebesar 18,6 Kgm pada 4.000 rpm. Untuk segmen MPV bermesin bensin 2.0L, power yang dihasilkan oleh New Toyota Innova ini merupakan salah satu yang paling besar di kelasnya. Jadi tak heran jika New Toyota Innova versi terbaru ini memiliki mesin bensin sangat digemari konsumen, baik yang tinggal di kota besar maupun di daerah.

Sementara itu, untuk New Toyota Innova versi kedua dibekali dengan mesin diesel tipe 4 Silinder Segaris, 16 Katup, DOHC, VVT-i berkapasitas 2494 cc. Mesin tersebut merupakan mesin D-4D yang sering kita dengar sebagai jenis atau seri mesin diesel Direct Injection, 4-langkah. Mesin tersebut menggunakan sistem suplai bahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Miliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bakar jenis Common Rail Diesel, berbeda dengan versi diesel yang menggunakan EFI. Jenis mesin *common rail* pada Toyota Kijang Innova ini merupakan generasi ke dua yang dimiliki Toyota dengan salah satu ciri secara umum adalah memiliki tekanan bahan bakar yang berada di *common rail* sangat tinggi, sehingga suplai sangat terkontrol. Mesin ini mampu memuntahkan tenaga maksimal sebesar 102 Ps pada 3.600 rpm dan torsi sebesar 26,5 Kgm pada 2600 rpm. Dari kedua mesin yang disematkan pada masing-masing varian Toyota Innova tersebut sama-sama mampu menghasilkan tenaga yang sangat *powerful* dengan konsumsi BBM yang cukup efisien. Untuk masing-masing tipenya pun Toyota juga sudah menggunakan sistem *Electric Power Steering* sehingga akan sangat memudahkan pengemudinya. Terakhir untuk spesifikasi Toyota Innova pada bagian mesin, sistem penggerak yang digunakan adalah 5 percepatan untuk tipe otomatis, serta 4 percepatan untuk varian dengan transmisi manual.

Sumber: V ML (<https://www.futuready.com/artikel/mobil/new-toyota-innova-mobil-keluarga-yang-sempurna/>)

Penjualan Kijang Innova atau yang dikenal dengan *All New Toyota Kijang Innova*, masih tetap jawara. Meskipun muncul pendatang baru Wuling Cortez yang lengkap dengan fitur dan harga kompetitif, Chevrolet Colorado, Mazda 5, namun sang legenda yang telah reborn itu tetap tak tergoyahkan.

Sumber: Rian Sudiarto (<https://swa.co.id/automotive/all-new-kijang-innova-terjual-41-502-unit>).

Kijang Innova memiliki bantingan yang empuk dan nyaman saat berada di dalam kabinnya dan juga Kijang Innova dimiliki oleh merek Toyota yang dimana Toyota mempunyai penjualan mobil paling tinggi di Indonesia. Kenyamanan yang diberikan Kijang Innova membuat para konsumen senang dan selalu memiliki citra yang bagus.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ketangguhan Kijang Innova pun perlu di apresiasi karena mesin Innova terbukti sangat tangguh, tidak rewel dan mudah dalam perawatannya inilah yang menjadikan Innova tetap unggul menguasai pasar kelas *Multi Purpose Vehicle* (MPV). Untuk melihat tabel penjualan *Multi Purpose Vehicle* (MPV) dapat dilihat pada halaman berikutnya di tabel

1.

Tabel 1.1

Tabel Penjualan *Multi Purpose Vehicle* (MPV) 2018

kendara		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGU	SEP	OKT	NOV	DES	TOTAL
Toyota Kijang Innova	Diesel	2.258	2.585	3.081	2.636	2.046	1.057	1.766	2.453	3.300	3.896	3.704	2.782	31.564
	Petrol	2.295	2.369	2.087	2.012	2.965	557	3.438	2.720	1.877	3.189	2.378	2.179	28.066
Toyota Voxy		2	658	702	311	463	534	578	475	494	305	534	216	5.272
Wuling Cortez 1.8		372	444	629	938	486	173	340	663	225	192	190	596	5.248
Isuzu Panther		90	100	100	90	81	40	100	121	92	76	61	50	1.001
Hyundai H-1/Starex	Diesel	19	51	35	43	22	19	22	79	55	40	37	11	433
	Petrol	14	7	29	20	52	15	36	20	9	5	15	31	253
Mazda Biante		47	45	59	56	88	41	44	157	27	22	17	6	609
Nissan Serena		129	104	115	34	29	18	52	17	16	11	20	27	572
Chevrolet Orlando		6	13	5	23	11	2	14	35	13	8	1	3	134
Mazda5		3	18	1	4	4	0	5	16	10	10	7	4	82
Mitsubishi Delica D.5		25	1	0	0	0	2	-	-	-	-	-	-	28
Proton Exora		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
														73.262

Sumber: Andra Febrian (<https://kendara.id/sales-report-mobil-indonesia-jan-des-2018/>)

Di segmen *Multi Purpose Vehicle* (MPV), sudah pasti Kijang Innova adalah rajanya. Dengan total *wholesales* sebesar 59.630 unit, ia mendominasi segmen ini dengan market share 81,4%. Oh iya, segmen ini adalah gabungan dari segmen medium *Multi Purpose Vehicle* (MPV) dan medium van (Voxy, Biante, Serena, Delica, H-1) untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



memudahkan pendataan. meski sekian banyak saingan dari Kijang Innova yang lebih luas dan lebih murah tetapi Kijang Innova masih tetap unggul penjualannya di tahun 2018.

Secara umum kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Dalam hal ini Kijang Innova memiliki kualitas produk yang baik karena ketahanan nya terhadap segala medan dan juga ketangguhan mesin nya yang tidak diragukan lagi. Kenyamanan Kijang Innova juga menjadi yang terbaik dikelasnya dan juga sparepart Kijang innova yang mudah di temui di mana saja tentunya sangat memudahkan pengguna Kijang Innova.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur mobil berloma lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis.

Secara umum citra merek (*Brand Image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dingenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen. Dalam hal ini Kijang Innova dikeluarkan oleh Toyota yang dimana Toyota sendiri mempunyai citra merek yang baik dalam penjualan mobil di indonesia Toyota menjadi peringkat pertama penjualan mobil terbanyak hal ini menyebabkan nama Kijang Innova pun terangkat dalam kelas *Multi Purpose Vehicle* (MPV) karena citra merek Toyota sudah menguasai pangsa pasar di dunia otomotif. Berbagai usaha dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perusahaan dalam rangka mempertahankan citra merek yang mereka miliki diantara inovasi teknologi yang dimiliki produk tersebut, kualitas produk yang mampu bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik citra merek produk yang dijual maka akan berdampak baik pula pada keputusan pembelian oleh konsumen.

Secara umum dapat dikatakan bahwa suatu merek yang dikenal oleh pembeli akan menimbulkan minatnya untuk mengambil keputusan pembelian. Dampak dari simbol suatu produk memberikan arti di dalam pengambilan keputusan konsumen sebab simbol dan image merupakan hal penting dalam periklanan dan mempunyai pengaruh minat beli untuk membeli.

Berdasarkan fenomena diatas penulis berminat melakukan penelitian dengan masalah “Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang Innova”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertanyaan inilah melatarbelakangi penelitian ini, maka dapat dikemukakan, bahwa permasalahan yang di hadapi adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana citra merek mobil *New Kijang Innova* di benak konsumen?
2. Bagaimana kualitas produk mobil *New Kijang Innova*?
3. Apakah citra merek *New Kijang Innova* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah kualitas produk *New Kijang Innova* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?



5. Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen?

D. Batasan Penelitian

Adanya keterbatasan yang di hadapi penulis dalam aspek waktu, sumber daya, dan tenaga maka penulisan skripsi ini hanya akan di batasi pada :

1. Objek penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk dari produk mobil *New Toyota Kijang Innova*
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen pengguna mobil merek *New Toyota Kijang Innova*
3. Ruang lingkup penelitian adalah wilayah Jakarta Utara.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis jabarkan di atas maka, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova*?”



F. Tujuan Penelitian

Penelitian yang di lakukan juga diharapkan dapat bermanfaat :

1. Untuk mengetahui bagaimana citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *New Toyota Kijang Innova*.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Kijang Innova diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan :
Memberikan masukan kepada produsen tentang produk yang telah mereka keluarkan baik itu berupa pengaruh tentang kualitas produk yang diberikan mobil Toyota Kijang Innova ke konsumen dan citra merek Toyota Kijang Innova di mata konsumen yang akan peneliti buat dan bagikan kepada para pengguna Toyota Kijang Innova.
2. Bagi Pembaca :
Memberikan pengetahuan lebih kepada para pembaca yang nantinya akan berguna membantu para pembaca dalam menentukan produk yang akan dipilihnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.