

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, dunia perdagangan dewasa ini terjadi persaingan didalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam dunia usaha, mengingat orientasinya terhadap masyarakat (konsumen). Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadi peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan.

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa yang termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mempertahankan eksistensi kinerjanya dalam mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Perusahaan tersebut akan berusaha menguasai pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran dan juga pelayanannya dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisiensi kinerja secara optimal.

Sofyan Assauri (2007), menyatakan bahwa, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Kegiatan pemasaran yang dilakukan, diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan melalui tingkat intensitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam suatu jangka waktu tertentu.

Setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan *marketing mix strategy* dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya. Strategi ini berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk disertai strategi pendukung lain berupa strategi harga, promosi, serta strategi penetapan lokasi, pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya. *Marketing mix strategy* yang tepat, dapat memberikan peranan yang penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap melangsungkan usahanya. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat ini diharapkan dapat merangsang konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian.

Perubahan makro seperti krisis ekonomi membuktikan bahwa sektor riil yang meliputi sektor perdagangan dan jasa termasuk didalamnya bisnis ritel, tetap mampu mempertahankan eksistensi usahanya. Hal ini mengakibatkan banyak bermunculan bisnis ritel di Indonesia. Dengan banyaknya pelaku bisnis di bidang ritel ini, membuat para pelaku usaha wajib

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pelaku bisnis harus jeli dalam menyikapi perilaku konsumen dengan mengantisipasi perubahan dan dapat mempertahankan konsumen dan konsumen tetap loyal terhadap produk yang mereka perdagangkan. Banyaknya pelaku bisnis di bidang sejenis juga akan berdampak pada semakin meningkatnya kuantitas produk di pasar. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan telah pula menjadi salah satu topik permasalahan bisnis sehari-hari. Untuk itu pula, tingkat persaingan akan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun dan di masa-masa yang akan datang.

Begitu juga dengan Dealer mobil Daihatsu di Kota Pekanbaru berusaha untuk selalu dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Walaupun demikian PT. Astra Internasional, Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru masih bisa memenuhi *omzet* setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah konsumn setiap tahunnya dan penjualan *sparepart* jenis mobil merek Daihatsu dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Sparepart Daihatsu dikota Pekanbaru
Tahun 2011-2015

Tahun	Penjualan	Peningkatan (%)
2011	Rp. 4.376.006.785	-
2012	Rp. 4.978.505.695	13,76%
2013	Rp. 5.273.386.594	5,92%
2014	Rp. 5.748.131.033	9,00%
2015	Rp. 6.085.684.555	5,87%

Sumber: PT.Astra Internasional Tbk, Daihatsu dikota Pekanbaru

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.2
Data Jumlah Konsumen sparepart mobil Daihatsu di Kota Pekanbaru Tahun 2011-2015

TAHUN	JUMLAH	Persentase (%)
2011	41.906	-
2012	43.298	3,31%
2013	45.574	5,25%
2014	45.683	0,23%
2015	48.000	5,07%

Sumber: PT.Astra Internasional Tbk, Daihatsu dikota Pekanbaru

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan *sparepart* setiap tahunnya mengalami peningkatan. Tahun 2015 penjualan mencapai Rp. 6.085.684.555 untuk *Sparepart* mobil Daihatsu tersebut. Sedangkan untuk jumlah konsumen *sparepart* Daihatsu di Kota Pekanbaru juga mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 diatas. Pada tahun 2011 jumlah konsumen *sparepart* mobil Daihatsu dikota Pekanbaru mencapai 41.906, tahun 2012 mencapai 43.298 orang dan tahun selanjutnya mengalami peningkatan hingga tahun 2015 jumlah konsumen mencapai 48.000 orang.

Peningkatan tersebut akibat adanya strategi pemasaran serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Dealer Daihatsu kota Pekanbaru. Produk, harga dan lokasi merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran mempunyai peran yang sangat penting yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian dan menjadi perhatian yang serius dari pihak manajemen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Sparepart Mobil pada PT. ASTRA INTERNASIONAL,Tbk DAIHATSU di Kota Pekanbaru**”

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah ini yang telah diuraikan, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru ?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru ?
4. Apakah Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* mobil pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Penulis adalah sebagai sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Manfaat bagi Perusahaan adalah sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi perusahaan untuk melihat apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Spare part pada PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu di Kota Pekanbaru.
3. Manfaat bagi Universitas adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk peneliti lainnya sebagai bahan pertimbangan dan kelengkapan terlebih lagi dapat pula dijadikan sebagai tolak ukur untuk melakukan penelitian selanjutnya dan hasil penelitian ini yang utama adalah sebagai dasar penyusunan tugas akhir yang merupakan syarat wajib untuk mencapai gelar ahli madya pada Program SI Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara ringkas, tahapan pembahasan penelitian ini dibagi dalam enam Bab. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing Bab dapat ditemukan sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada Bab ini akan dipaparkan sejumlah teori dari hasil Pengumpulan Data-data Kepustakaan, serta Hipotesis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam skripsi ini. sejumlah teori ini nantinya akan mendukung argumentasi penulis, hasil penelitian dan pembahasan serta melengkapi pemecahan masalah yang akan diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi, Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel serta Analisis Data yang digunakan.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas dan wewenang, serta aktifitas perusahaan.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam sesuatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan).

