

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi membawa pengaruhnya terhadap dunia usaha. Kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi diikuti dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi yang secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi. Dalam menghadapi kondisi perekonomian seperti ini sudah seharusnya dilakukan pembenahan dalam segala bidang terlebih lagi bidang pemasaran yang secara nyata akan mempengaruhi perusahaan itu sendiri.

Dunia usaha yang bergerak di sektor otomotif harus memanfaatkan keunggulan teknologi untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk supaya mendorong adanya peningkatan permintaan dan minat terhadap produk itu sendiri. Oleh karena itu segala upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan diperlukan sarana yang canggih di samping adanya tenaga manusia yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajemen perusahaan itu dalam memanfaatkan peluang yang terdapat di masyarakat. Produk, harga, promosi dan distribusi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan mendorong

seorang konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan. Kebutuhan pengetahuan terhadap faktor-faktor bauran pemasaran semakin diakui oleh para pengusaha karena dengan strategi bauran pemasaran yang jitu suatu perusahaan dapat mencapai tujuannya.

Dealer PT. SUN STAR MOTOR sebagai salah satu dealer produk Kendaraan Merk Mitsubishi di Malang berusaha untuk memenangkan persaingan dengan menerapkan berbagai strategi bisnis. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor merk Mitsubishi, PT. SUN STAR MOTOR Malang berusaha memenuhi kebutuhan pasar akan sarana transportasi. Dengan bermunculannya merk kendaraan bermotor yang lain membuat konsumen dihadapkan pada pilihan produk yang bermacam-macam dengan aneka ragam model dan bentuk kendaraan bermotor, apalagi semakin banyaknya alternatif pilihan produk sejenis yang ditawarkan pesaing mengakibatkan persaingan yang semakin kompetitif.

Seperti halnya dealer yang lain, sekarang di Malang telah banyak berdiri dealer yang elit, modern yang menyediakan fasilitas-fasilitas menarik serta menunjang para konsumen dalam melakukan pembelian. Tempat seperti inilah yang ditunggu masyarakat modern dimana segala sesuatunya berjalan dengan mudah dan praktis. Dengan berdirinya berbagai dealer di kota Malang menyebabkan para manajer atau CEO (*Chief Executive Operational*) bersaing dalam merebut konsumen.

Selain itu PT. SUN STAR MOTOR berusaha keras untuk memasuki pasar pesaing, kemudian juga memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh dealer tersebut, penempatan lokasi pada keberadaan dealer yang tepat juga dapat mendukung proses penjualan. Atas dasar persaingan yang semakin kompetitif oleh karena itu perlu diketahui bagaimana menyajikan yang terbaik bagi konsumen sehingga dapat mengatasi persaingan ketat dari perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis yang seringkali menggunakan strategi bersaing guna memperoleh keunggulan.

Pengetahuan akan bauran pemasaran yang baik dalam upaya pelaksanaan kegiatan pemasaran secara intensif menjadi faktor penting yang harus diketahui perusahaan dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan adanya penelitian tentang bauran pemasaran diharapkan bisa membantu untuk mewujudkan suatu tujuan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka topik penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer PT. SUN STAR MOTOR Malang”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Seberapa jauh bauran pemasaran (yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. SUN STAR MOTOR Malang?
2. Variabel bauran pemasaran (yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi) manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merk Mitsubishi pada PT. SUN STAR MOTOR Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi) terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merk Mitsubishi pada PT. SUN STAR MOTOR Malang
2. Untuk menganalisis variabel bauran pemasaran (yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merk Mitsubishi pada PT. SUN STAR MOTOR Malang

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi khususnya bagi yang berminat pada permasalahan bauran pemasaran.

