

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan adanya perkembangan zaman dalam bidang usaha salah satunya industry otomotif yang tengah banyak di Indonesia. Masyarakat selalu menggunakan alat transportasi dalam melakukan aktivitasnya, selain itu dengan adanya pembangunan infrastruktur di Indonesia banyak sekali yang membutuhkan alat konstruksi atau alat berat untuk digunakan sebagai salah satu aktivitas yang di rencanakan oleh masyarakat untuk melakukan pembangunan yang di inginkan pada tiap-tiap masyarakat dalam mencapai tujuannya, baik untuk perindividu dan kelompok maupun perusahaan, PT. United Tractor merupakan perusahaan bisnis yang bergerak di bidang otomotif Sparepart maupun bidang alat berat konstruksi lainnya, *Sparepart* merupakan bagian dari alat mesin atau alat kendaraan yang disediakan untuk alat penggantian.

Dilihat dari sisi produk yang dikeluarkan peluang pada usaha di bidang tractors tidak mengenal kerugian, karena produknya bukanlah barang yang biasa melainkan barang yang memiliki harga terus menerus cenderung naik dengan adanya kualitas produk yang dimiliki PT. United Tractors perusahaan ini memperkenalkan salah satu merek yaitu Excavator Komatsu yang telah mengalami banyak keuntungan dari setiap keputusan pembelian alat berat komatsu, Komatsu Indonesia merupakan salah satu basis produksi komatsu global, memiliki beragam keunggulan, termasuk didalamnya fasilitas produksi yang lengkap dan terintegrasi, Komatsu Indonesia merupakan perusahaan

gabungan antara PT. United Tractors, dengan adanya kerja sama dari perusahaan tersebut PT. United Tractors sangat banyak dikenali oleh masyarakat dengan memproduksi kualitas-kualitas produk yang ada di perusahaan. Sejalan dengan hal itu, banyak bermunculan excavator merek lainnya dimana masyarakat telah menilai kualitas dari produk itu sehingga menjadi pemicu perubahan minat beli pada merek tersebut.

Adanya komunikasi dari mulut ke mulut banyak masyarakat yang memberikan rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap kualitas dari produk excavator. Seiring dengan adanya komunikasi yang terjadi, mengeluarkan salah satu strategi agar dapat bersaing dalam bisnis global ini adalah dengan mengatur penggunaan biaya lebih efektif, meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kemampuan untuk menginformasikan berbagai kualitas dari produk apa saja yang tersedia untuk memberi respon terhadap berbagai kebutuhan pelanggan.

Dengan semakin banyaknya permintaan pasar alat konstruksi atau alat berat, maka secara otomatis banyak muncul perusahaan yang sejenis. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat, setiap produsen dituntut untuk selalu mempunyai keunggulan tersendiri untuk mengkomunikasikan merek dengan adanya bantuan promosi yang dilakukan oleh sales atau karyawan pemasar yang ada pada perusahaan agar mampu bersaing dengan baik. Dalam hal ini peranan kualitas produk sangat penting karena kegiatan tersebut memberikan pengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan khususnya dalam memperoleh laba, semua komponen kualitas produk excavator komatsu

diindonesia sudah hampir dinilai sangat berhasil dalam melakukan strategi pasar, sehingga menghasilkan kualitas terbaik dalam setiap aspek dan siklus pekerjaan. Bisnis alat berat juga merupakan bagian yang tidak terlepas dari usaha pertambangan. Wajar saja sektor ekstraksi sumber daya alam pada saat ini masih merupakan pasar terbesar alat berat selama ini, yang belakangan ini mengalami pelemahan akibat luapan harga komoditas tambang, terutama batubara, dan komplikasi berbagai masalah lainnya.

Perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk dan mengembalikan komunikasi kepada masyarakat atas brand komatsu dengan baik, karena keberadaan konsumen sendiri mempunyai pengaruh pada pencapaian tujuan akhir perusahaan yaitu dengan memperoleh laba melalui pembelian produk. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor bagaimana yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

PT. United Tractors merupakan distributor peralatan berat terbesar dan terkemuka di Indonesia yang menyediakan produk-produk dari merek ternama dunia seperti Komatsu, UD Trucks, Scania, Bomag, Tadano dan Komatsu Forest, Kota Padang merupakan salah satu tempat dimana perusahaan membuka bisnis tractors yang terletak di jalan Bypass Batung Taba Nan XX, Lubuk Begalung, Kota Padang Sumatra Barat Indonesia. PT. United Tractors adalah perusahaan dengan mempunyai sejarah panjang, Didirikan pada 13 Oktober 1972, UT melaksanakan penawaran umum saham pertama kali di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tanggal 19 September 1989 yang diberikan nama PT. United Tractors Tbk (UNTR), dengan PT. Astra Internasional Tbk sebagai

pemegang saham mayoritas. Mengingat konsumen United Tractors bukan hanya berasal dari seluruh wilayah Indonesia, tapi juga dari perusahaan-perusahaan berskala internasional seperti *Freeport*, *Chevron*, *Lecytron* dan lainnya, maka untuk memberikan kepuasan UT terus meningkatkan produk support baik service maupun penyediaan sparepart. United Tractors memberikan fasilitas kredit tanpa angunan dan tanpa jaminan bagi seluruh customer melalui program yang bekerjasama dengan beberapa bank yakni Permata *Quick Cash* dan BCA *Smart Cash* dengan transaksi hingga 1 miliar untuk service dan sparepart.

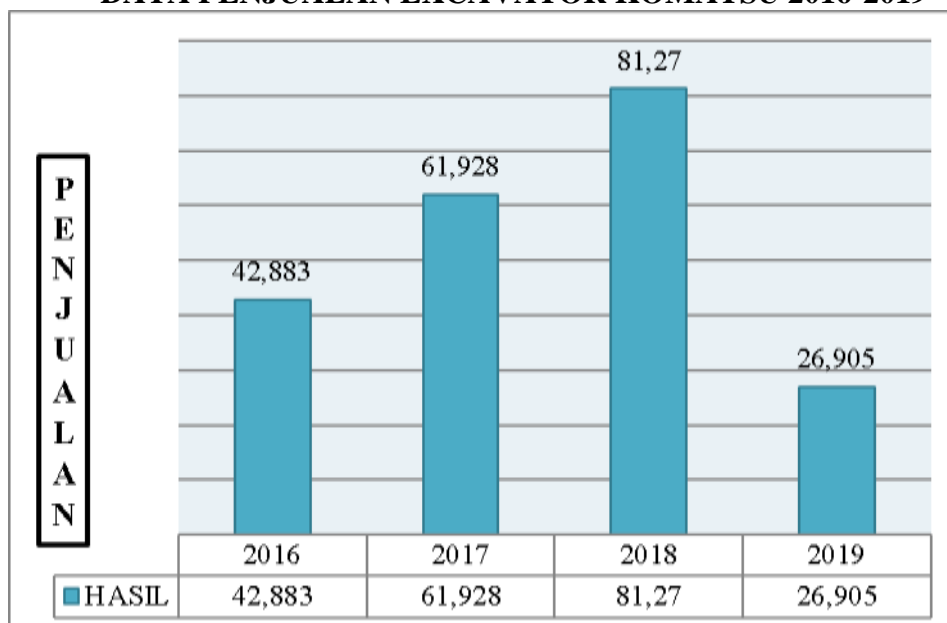
Keputusan pembelian adalah *consumer behaviour is the study of how individuals, groups, dispose of goods, services, ideas or experiences to satisfy their needs and wants*, yang berarti keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memiliki, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Amstrong, 2016:177)

Kualitas produk memiliki suatu hal menarik bagi konsumen dalam mengolah hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Produk memiliki arti yang penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun usahanya. Kualitas produk merupakan tindakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan (Assauri, 2015).

*Word of mouth* merupakan usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk atau merek kita kepada pelanggan lainnya (Nugroho, 2018).

Minat beli adalah pengintegrasian yang dilakukan untuk mengkombinasikan serta mengevaluasi beberapa perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Wijaksana dan Alivia, 2019).

**Tabel 1.1**  
**DATA PENJUALAN EXCAVATOR KOMATSU 2016-2019**



Sumber: PT. United Tractors Tbk Kota Padang.

Berdasarkan dari grafik batang diatas volume penjualan Excavator Komatsu mengalami naik turun setiap tahun. Pada tahun 2016 jumlah pendapatan sebesar Rp. 42.883.690.000 tahun 2017 mengalami kenaikan pendapatan sebesar Rp. 61.928.075.000, pada tahun 2018 mengalami kenaikan kembali sebesar Rp. 81.270.000.000 selanjutnya pada tahun 2019 kembali mengalami penurunan sebesar Rp. 26.905.000.000.

Dapat dilihat dari data penjualan PT. United Tractors bahwa penjualan komatsu selalu mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil karena hasil penjualan mengalami perubahan, oleh karena itu kualitas produk komatsu lebih ditingkatkan dengan adanya usaha membicarakan dan mempromosikan kembali merek komatsu sehingga konsumen tidak mengalami perubahan minat beli atau terjadinya perubahan pembelian merek lainnya.

Dari fenomena diatas, terindikasi bahwa terjadinya fluktuasi pada penjualan Excavator Komatsu pada PT. United Tractors disinyalir disebabkan oleh kualitas produk, word of mouth dan minat beli tersebut terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari berbagai penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu.

Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ayuningtias dan Waluyo, 2017). Dalam penelitian lain (Rawung dkk, 2015) mengungkapkan bahwa variabel kualitas produk tidak di pengaruhi terhadap keputusan pembelian.

Diketahui bahwa *word of mouth* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli (Nashir, 2017).

Variabel minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan hal ini peneliti tertarik menggunakan variabel minat beli sebagai variabel intervensi dalam penelitian ini (Wicaksono, 2016).

Melihat kondisi yang mengalami penjualan naik turun maka akan membuat data penjualan Excavator Komatsu di PT. United Tractors tidak stabil setiap tahunnya disinyalir disebabkan oleh variabel bebas Kualita Produk dan *Word Of Mouth*.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA EXCAVATOR KOMATSU DI PT.UNITED TRACTORS TBK KOTA PADANG”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Tingkat penjualan Excavator Komatsu pada PT. United Tractors Tbk Kota Padang mengalami penurunan
2. Kualitas produk Komatsu yang kurang memenuhi syarat untuk pembangunan infrastruktur
3. Promosi yang kurang pada PT. United Tractors Tbk Kota Padang
4. Kurangnya komunikasi dengan konsumen yang telah melakukan pembelian
5. Adanya komunikasi mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan konsumen sehingga terjadi penurunan penjualan Excavator Komatsu
6. Masih rendahnya pembelian konsumen pada produk Excavator Komatsu dibandingkan pembelian produk otomotif lainnya di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
7. Kurangnya minat beli karena persaingan merek lainnya
8. Banyaknya persaingan dibidang bisnis sparepart sehingga pendapatan menurun
9. Tidak adanya cabang PT. United Tractors Tbk lainnya di Kota Padang
10. Keputusan terhadap pembelian Excavator Komatsu

### 1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih focus tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada dengan Variabel Dependen Keputusan Pembelian (Y) Variabel Intervening Minat Beli (Z) dan Variabel Independen Kualitas Produk (X1) dan *Word Of Mouth* (X2) dengan objek penelitian PT. United Tractors Tbk Kota Padang.

### 1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang?



7. Bagaimana pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening pada Excavator Komatsu di PT. United Tractor Tbk Kota Padang?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengestimasi diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening pada Excavator Komatsu di PT. United Tractors Tbk Kota Padang

7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening pada Excavator Komatsi di PT. United Tractors Tbk Kota Padang

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di fakultas ilmu Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

2. Bagi PT. United Tractors Tbk

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan produk dengan memperhatikan Kualita Produk dan *Word Of Mouth* agar mendapat Keputusan Pembelian pada konsumen sehingga mampu memberikan ketertarikan konsumen akan produk yang di produksi dan yang akan di pasarkan serta untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Juga sebagai bahan pertimbangan untuk PT. United Tractors Tbk dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan dari PT. United Tractors Tbk Kota Padang.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pendoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat. Selain itu juga dapat sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.