

**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, KELUARGA, PERAN
DAN STATUS, KONDISI EKONOMI, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBSHI XPANDER
DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Ajeng Kartika Rais

1519200106

**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020**

STIE MULTI DATA PALEMBANG

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2019/2020

PENGARUH KELOMPOK ACUAN, KELUARGA, PERAN DAN STATUS, KONDISI EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBSHI XPANDER DI KOTA PALEMBANG

Ajeng Kartika Rais

1519200106

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini (1) untuk menganalisis pengaruh faktor, kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander di kota Palembang secara parsial, (2) untuk menganalisis faktor kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Xpander di kota Palembang secara simultan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu penyebaran kusioner dengan skala likert, dengan jumlah responden sebanyak 285 responden, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan bantuan *software* SPSS 23, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel kelompok acuan (X_1) keluarga (X_2) peran dan status (X_3) kondisi ekonomi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji simultan (uji-F) membuktikan bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel kelompok acuan (X_1) keluarga (X_2) peran dan status (X_3) kondisi ekonomi (X_4) yang berpengaruh terhadap variabel dependen yang berupa keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : Kelompok Acuan, Keluarga, Peran dan Status, Kondisi Ekonomi, dan Keputusan Pembelian.

STIE
MDP

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan alat transportasi di Indonesia saat ini semakin maju dilihat dari inovasi dan teknologi yang digunakan. Sekarang ini masyarakat Indonesia dituntut untuk bekerja dengan tepat dan cepat. Maka dari itu dibutuhkan sarana pendukung seperti transportasi agar memudahkan para masyarakat dalam melakukan aktivitasnya. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu ke suatu tempat dalam jangka waktu tertentu (Tjiptono, 2015). Masyarakat Indonesia saat ini sangat bergantung pada alat transportasi guna untuk menunjang aktivitas yang dilakukan sehari-hari, seperti bekerja, mengantar anak sekolah, berbisnis dan aktivitas lainnya.

Menurut (Wahyuningsih, 2017). Berpendapat bahwa sarana transportasi merupakan salah satu bagian kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dipenuhi dan tidak dapat dipisahkan, karena kemajuan perekonomian di Indonesia semakin meningkat, mengakibatkan perubahan dalam hidup masyarakat baik itu di bidang ekonomi maupun sosial, Perkembangan industri otomotif di Indonesia saat ini semakin maju dilihat dari beberapa merek mobil terbaru saat ini, yang beredar di pasaran otomotif seperti : Mitsubshi, Toyota, Honda, Suzuki, Daihatsu dan merek lainnya, masing-masing dari merek tersebut bersaing dengan melakukan inovasi terbaru demi ketangguhan dan kenyamanan pengemudi.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan tingginya tingkat persaingan mengharuskan perusahaan menciptakan dan mengembangkan produk inovasi terbaru agar dapat memikat hati para konsumennya. merek-merek mobil buatan jepang sangat banyak di produksi di indonesia, seperti mobil Toyota dan mitsubshi merupakan merek mobil yang sama-sama di produksi dari jepang, kedua merek ini bersaing sangat unggul di dunia otomotif Indonesia, ini dibuktikan dengan jumlah penjualan mobil pada tabel 1.1 berikut ini :

1.1 Tabel Jumlah Penjualan Semua Merek Mobil 2019

No	Merek Mobil	Jumlah Penjualan
1	Toyota	3089 unit
2	Mitsubshi	2017 unit
3	Daihatsu	1818 unit
4	Honda	1239 unit
5	Suzuki	1018 unit

Sumber :Firman Gakindo, 2020

Dari tabel 1.1 menyatakan merek-merek penjualan mobil tertinggi di Indonesia pada tahun 2019 adalah merek mobil Toyota yang berada pada posisi pertama. dan dikutiti oleh Mitsubshi di posisi kedua. Dengan adanya dua merek bersaing tersebut membuat kompetisi dibidang otomotif berlomba-lomba untuk dapat menduduki merek pertama yang diinginkan dan diminatin oleh konsumen.

Walaupun mobil merek Toyota menjadi urutan pertama dalam hal penjualannya, Mobil merek mitsubshi pun tidak kalah saing dengan merek lain

seperti Toyota, karena Mitsubshi berusaha keras untuk menciptakan inovasi mobil baik dari sisi harga, *type*, *exterior* dan interior mobil yang sesuai dengan permintaan pelanggan agar mampu bersaing kedepannya.

Sebelum Mitsubshi terkenal dengan kendaraan pribadi, Mitsubshi awalnya membuat kendaran angkutan umum seperti truk dan fuso, setelah teknologi semakin canggih mitsubshi mulai mengeluarkan kendaraan pribadi seperti mobil Pajero, Mirage, Eclipse Cross, Strada Triton, Outlander, Delica, dan yang baru dikeluarkan Mitsubshi kali ini sebuah mobil Xpander yang di desain khusus luas untuk mobil keluarga. dengan kualitas dan teknologi yang canggih, nyaman dengan warna desain terbaik.

Saat ini masyarakat di indonesia banyak sekali memilih Mobil Serba Guna (*low MPV*) menurut (Carusermagz, 2016). MPV merupakan singkatan dari “*Multi Purpose Vehicle*” dengan arti yang lebih ringkas disebut “Mobil Serba Guna”. MPV adalah jenis mobil yang bisa digunakan untuk banyak keperluan, sehingga daya angkut atau kapasitas penumpang menjadi prioritasnya.

Indonesia dianggap sebagai pangsa pasar yang memiliki potensi cukup tinggi bagi produsen otomotif jepang khususnya mobil pada kelas MPV, (Winarti, 2015) salah satu jenis mobil jenis MPV yang sudah beredar di indonesia adalah Mitsubshi Xpander. yang di produksi oleh PT Mitsubshi Motor Krama Yudha Sales Indonesia (MMKSI)

Mobil Mitsubshi Xpander memiliki 5 tipe yaitu, Mitsubishi Xpander tipe GLX merupakan tipe terendah dari Xpander yang ada di Indonesia, secara visual, beberapa perbedaan yang tampak dari model *basic* ini adalah *gril* depan yang

bukan krom, tapi *Black Gloss*, Tipe kedua ini sedikit lebih baik dari tipe GLX, dimensinya sama persis dengan tipe GLX, yang membedakan justru pada bagian interior, Tipe ketiga Mitsubishi Xpander Exceed yang membedakan dari tipe ini sudah dibekali dua pilihan transmisi, yakni manual dengan 5 percepatan dan otomatis dengan 4 percepatan, Tipe keempat yaitu Sport ada diantara tipe Exceed dan Ultimate, sehingga perbedaan Mitsubishi Xpander tipe ini sudah sedikit lebih lengkap dibanding Exceed, namun belum semewah tipe Ultimate, Tipe kelima yaitu tipe tertinggi dari Xpander, dengan perbedaan jauh lebih baik dari tipe-tipe sebelumnya, misalnya dari sisi eksterior Perbedaannya juga ada pada bagian interior khusus di tipe ini telah menggunakan monitor layar sentuh yang tersambung dengan 6 speaker. Kelengkapan fitur di tipe Ultimate juga paling tinggi. Mitsubishi merupakan salah satu produsen otomotif yang sudah ada cukup lama di Indonesia. Di Indonesia sendiri, nama besar mobil Mitsubishi juga cukup erat kaitannya dengan masyarakat. Karena banyak model-model yang menjadi andalan bagi masyarakat Indonesia. Tetapi, sebenarnya Mitsubishi ini lebih kental dikenal sebagai produsen mobil bertenaga. Mobil pertama yang dibuat untuk Indonesia merupakan kendaraan komersial, yakni Fuso dan diikuti oleh deretan mobil sedan seperti Galant Sigma 2000.

Di tahun 1973, Mitsubishi juga sempat menjual Mitsubishi Colt Galant GTO dengan jumlah yang terbatas. 10 tahun kemudian tepatnya di tahun 1983, Mitsubishi memperkenalkan Pajero secara perdana ke Dunia.

Pajero generasi pertama ini juga sempat digunakan untuk balap Paris Dakar Rally dan memenangkan ajang tersebut. Kala itulah, nama Mitsubishi kian

melambung di kancah Internasional. Mitsubishi tengah menikmati masa keemasannya lewat LMPV andalannya, Xpander. Mitsubishi Xpander saat ini tengah menjadi produk terlaris di Indonesia di bawah Pajero Sport. Firmansyah, carmudi (2019)

Menurut Kurniawan, Kompas (2019) Wakil Presiden PT Lautan Berlian Utama Motor (LBUM), dealer Mitsubishi di Palembang, mengatakan, sepanjang tahun berjalan, permintaan kendaraan penumpang cenderung bagus di sini. “Dalam dua tahun terakhir, Pajero *Sport* sudah menjadi market leader di Palembang, Jika menurut pada data registrasi polisi periode Januari-Juni 2019, Pajero Sport diklaim meraih pangsa pasar 52 persen, disusul Xpander 21 persen, di wilayah Sumatera Selatan.

Palembang merupakan kota besar yang menjadi penjualan mobil terbanyak dilihat dari banyaknya cabang-cabang Mitsubshi yang berada di kota Palembang seperti dealer resmi mitsubshi cabang kertapati dan cabang mitsubshi perintis Dari kedua cabang tersebut di jumlahkan total penjualan mobil Mitsubshi Xpander di kota Palembang sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Penjualan Mobil Mitsubshi Xpander Di Kota Palembang Periode 2017-2019

No	Nama Dealer	Total Penjualan	Peningkatan
1	Mitsubshi Kertapati	1.258 Unit	146 Unit/Pertahun
2	Mitsubshi Perintis	971 Unit	126 Unit/Pertahun
	TOTAL	2.229 Unit	

Sumber :Mitsubshi Palembang, 2020

Dilihat dari Tabel 1.2 bawah perbandingan penjualan mobil Mitsubshi Xpander di dealer Mitsubshi Kertapati dan Mitsubshi Perintis, yang paling banyak penjualannya ada pada Mitsubshi Kertapati dengan total penjualan 1.258 dan total penjualan di Mitsubshi Perintis 971, maka dari itu peneliti ingin meneliti Dealer Mitsubshi di Kertapati Palembang,

Palembang merupakan kota dengan potensi pasar yang baik untuk seluruh model kendaraan Mitsubshi *motors*. Kondisi pasar Mitsubshi di area Palembang sangat stabil, mampu memberikan kontribusi yang baik bagi pasar Mitsubshi di area Sumatera Selatan yaitu Palembang. Salah satunya adalah Dealer Resmi Lautan Berlian Mitsubshi *Motors* yang berada di Kertapati Palembang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Suprihatin (2017) menyimpulkan Dalam keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu faktor budaya, faktor psikologi, faktor sosial, faktor pribadi, dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat beda nyata antara faktor umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan faktor gengsi terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Peneliti disini membatasi diri hanya meneliti faktor sosial dan konsisi ekonomi. Karena faktor sosial dan kondisi ekonomi berperan penting dalam pengambilan keputusan dilihat dari beberapa indikator yang terdapat dalam faktor tersebut.

Kehidupan modern saat ini saat mempengaruhi dalam pembelian produk seperti mobil sebagai sarana transportasi, Menurut Abdulah (2017) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen yaitu. Kelompok Acuan, Keluarga, Peran dan Status, dan Kondisi Ekonomi,

Kelompok Acuan adalah Pengaruh dari referensi kelompok yang banyak terdiri dari kelompok kecil. Dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang Kelompok yang memiliki pengaruh langsung dimana seseorang berasal dari kelompok keanggotaan seperti, teman kerja dapat menjadi kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang konsumen (Abulah, 2017, h.115) kelompok acuan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kelompok acuan yang terdiri dari, teman, Rekan kerja, Grup Arisan, dan kelompok komunitas lain. Suprihati (2017) kelompok acuan seperti keluarga dan komunitas sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. seperti mobil demi menjangkau sebuah ekstensi dan status sosial karena mobil Xpander yang ditawarkan ini memiliki kelengkapan dengan fitur dan teknologi yang canggih serta kapasitas yang besar.

Menurut Abdulah (2017, h.116) keluarga juga dapat menjadi faktor pengambilan keputusan seseorang yang dipengaruhi oleh orangtua, saudara, rekan kerja, pasangan suami/istri. Menurut Gunawan (2016) telah diteliti secara efektif karena keluarga faktor penting dalam pengambilan keputusan sebelum seseorang melihat keadaan dan kondisi orang lain. Sebelum seseorang mengambil keputusan pembelian terhadap produk yang akan mereka gunakan pertama seseorang biasanya melihat keluarga terlebih dahulu yang telah memakai produk tersebut,

Peran Dan Status dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kelompok keluarga, klub dan organisasi posisi tersebut dalam setiap kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status Abdulah (2017) Penelitian yang dilakukan oleh Siti rugaya (2017) menyatakan bahwa Peran dan status termasuk

dalam perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dengan hasil bahwa peran dan status seseorang berpengaruh secara signifikan dalam pengambilan keputusan karena peran dan status dilihat dari kondisi ekonomi seseorang dalam melakukan sebuah pembelian seperti mobil

Kondisi ekonomi dapat mempengaruhi keputusan pembelian meliputi pendapatan seseorang stabilitas dan pola waktunya menurut Abdulah (2017, h.118) Yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang yaitu pendapat finansial seseorang (Utami, 2015). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh pendapatan yaitu gaji seseorang atas pekerjaan yang sudah mereka lakukan. Maka mereka akan di kasih gaji. Gaji inilah yang menentukan apakah seseorang tersebut bisa membeli kebutuhan kendaraan seperti mobil ini.

Menurut Abdullah (2014, h.117), pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga. Keluarga adalah konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti. Bahkan pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami istri dan anak anak pada pembelian produk yang berbeda pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Mitsubshi Xpander. Hosiolan, dan Haryono (2015) karna peran, suami istri dan anak sangat berpengaruh dalam pembelian sebuah kebutuhan, seperti kebutuhan alat transportasi yang dapat membantu para suami dan istri dalam pekerjaannya, seperti mengantar anak sekolah maupun bekerja.

Berdasarkan fenomena penjelasan latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian ini yang berjudul judul **“PENGARUH KELOMPOK ACUAN, KELUARGA PERAN DAN STATUS, KONDISI EKONOMI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL XPANDER DI KOTA PALEMBANG,”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat didefinisikan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubshi Xpander Di kota Palembang secara parsial ?
2. Bagaimana pengaruh faktor kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubshi Xpander Di kota Palembang secara simultan ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di bahas di atas maka penulis meneliti dan menganalisis beberapa faktor keputusan pembelian yang terdapat dalam kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomiterhadap keputusan pembelian sebuah mobil mitsubshi xpander di kota Palembang karna faktor tersebut berpengaruh dalam sebuah keputusan pembelian.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis apakah pengaruh faktor kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi dalam perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubshi Xpander di kota Palembang.
2. Untuk menganalisis apakah faktor kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi sebagai pembelajaran dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.

1.5 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian yang dilakukan ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman atas pembelajaran yang diteliti penulis mengenai faktor dalam keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menetapkan kebijakan dan strategi dalam pemasaran sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

3. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang pengaruh kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian di Mitsubshi kertapati, sehingga perusahaan dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.

1.6 Sistematis Penelitian

sistematis penelitian ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Penulis ini akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori dan pengertian variable yang mempengaruhi kelompok acuan, keluarga, peran dan status, kondisi ekonomi dalam keputusan pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN

Penulis akan membahas metode penelitian yang terdiri dari dua pendekatan yaitu penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisi data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas pengolahan terhadap data yang telah di peroleh berkaitan dengan penambahan masalah yang sedang diteliti oleh penulis. dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang di lakukan oleh si penulis. Dan penulis akan memberikan saran bagi objek penelitian yang di teliti.



STIE
MDP

DAFTAR PUSTAKA

- Anang, Firmansyah 2019, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran dalam Keputusan Pembelian*, Jakarta
- Budi, utami 2015 *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil* diaskes 15 Agustus 2015 dari www.academi.edu
- Carusermargaz, 2016, *Dunia otomotif mengenai mobil Terbaru*, diaskes 27 Juli 2016, www.margazotomotif.com
- Firmansyah Gakindo, 2020, *Dataoto*, di askes 11 januari 2020, www.dataoto.go.id
- Ghozali, 2018, *Metode Penelitian Pengaruh Keputusan Pembelian*, Jakarta 27 Agustus 2016
- Gunawan, 2016, *Faktor-Faktor Perilaku Konsumen*, diaskes 22 Maret 2016 dari www.google scholar.com
- Hasiolan, dan Haryono 2015 *Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Surabaya*, diaskes 12 Juni 2015 dari www.google scholar.com
- Otomotif 2019, *Berita otomotif terbaru 2019*, diaskes 2 September 2019, dari dunia otomotif terkini.com
- Siti, rugaya 2017 *Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, dari www.google scholar.com
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Dalam Sikap dan Keputusan Pembelian dalam Pembelian Sebuah Alat Transportasi*, Jakarta 7 Juli 2018
- Suprihatin, 2017, *Tentang Faktor-Faktor Keputusan Pembelian*, diaskes 2017, dari www.academi.edu
- Thamrin, abudulah 2017, *Manajemen Pemasaran* Raja Grafindo Perseda, Depok
- Tjiptono, 2015, *Perkembangan Alat Transportasi di Indonesia*, Sukorejo Surabaya.

Wahyuningsih, 2017, *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil*,
Agustus 2017.

Winarti, 2015, *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil*,
www.academi.edu

