

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Melihat kenyataan dunia bisnis dan ekonomi masyarakat Indonesia yang terus berkembang dari tahun ke tahun, maka kebutuhan akan kendaraan dalam beraktifitas sehari-hari pun meningkat. Hal itu dapat dilihat dari data perkembangan jumlah kendaraan yang diliris Polri dari tahun 2010-2012.

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Kendaraan Tahun 2010-2012

No	Jenis	Satuan	Tahun			Pertumbuhan Rata-Rata (%)
			2010	2011	2012	
1	Mobil PNP	Unit	8.891.041	9.548.866	10.166.817	8,2%
2	Bis	Unit	2.250.109	2.254.406	2.460.420	7,4%
3	Truk	Unit	4.687.789	4.958.738	5.062.424	3,7%
4	Motor	Unit	61.078.188	68.839.341	74.613.566	12,2%
Jumlah			76.907.127	85.601.351	92.303.227	11,0%

Sumber : Data BPS POLRI (2010-2012).

Sedangkan, menurut Direktorat lalu lintas (Ditlantas) Kepri merilis data bahwa hingga Mei 2013 jumlah kendaraan roda empat di kota Batam yang terdiri dari mobil penumpang sebanyak 70.386 unit, bus sebanyak 1.426 unit, mobil barang sebanyak 145.448 dan kendaraan khusus 236 unit. (www.batampos.co.id, 2013). Hal tersebut memberikan dampak besar terhadap kebutuhan *sparepart* kendaraan bermotor, Salah satu *sparepart* atau komponen bagian dari sebuah kendaraan adalah ban. Pemilihan ban yang tepat dan benar memberikan kenyamanan dan keamanan dalam berkendara serta membantu menghindarkan resiko terjadinya kecelakaan di jalan raya, ban pula yang merupakan salah satu bagian penting sebuah kendaraan yang sering luput dari pemeriksaan oleh

pengendara awam ketika akan berkendara. Banyak orang merasa malas untuk memeriksa tekanan ban secara intensif sebelum berkendara, padahal hal tersebut harus dilakukan apalagi ketika orang tersebut akan melakukan perjalanan jauh dengan kendaraannya. Repotnya memeriksa ban ketika akan melakukan perjalanan dengan menggunakan alat ukur tekanan ban konvensional merupakan sumber terjadinya kekurangan udara pada ban yang menjadi penyebab cepatnya kerusakan dan keausan ban.

Begitu besarnya kebutuhan ban memberikan peluang bagi pengusaha khususnya industri ban mobil, maupun para agen dan distributor ban di Indonesia. Terdapat berbagai merek ban yang dipasarkan, baik produk ban lokal maupun ban impor, misalnya produk lokal seperti, Gajah tunggal, Achilles, Accellera, Swallow dsb. Sedangkan produk impor seperti, Yokohama, Michelin, Toyo, Falken, Roadstone, dan lain-lain. perusahaan yang telah membuka pabrik di Indonesia seperti, Bridgestone, Dunlop, Hankook, dan lain-lain.

Kebutuhan ban yang besar tersebut juga berdampak kepada pengusaha atau bengkel-bengkel ban lokal, terutama di Batam. Pengetahuan mengenai aspek-aspek penting yang terdapat di dalam ban seperti merk, ukuran, umur ban, tekanan angin, kualitas dan corak ban yang sesuai dengan kondisi jalan merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan jenis ban yang tepat untuk sebuah kendaraan. Toko-toko atau bengkel-bengkel juga menawarkan berbagai merek yang berbeda-beda. *Brand* atau merek memiliki dampak dalam keunggulan *image* antar satu merek dengan merek lainnya dimata setiap konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ban Dunlop Di Kota Batam**”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
2. Apakah *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
3. Apakah *brand association* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
4. Apakah *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?
5. Apakah *brand loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

2. Untuk mengetahui apakah *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.
3. Untuk mengetahui apakah *brand association* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.
4. Untuk mengetahui apakah *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.
5. Untuk mengetahui apakah *brand loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi manajemen perusahaan industri otomotif terutama ban untuk mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi *purchase intention*.
2. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kepustakaan Universitas International Batam serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *purchase intention*.

1.4 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan selanjutnya, maka sistematika pembahasan dibagi sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bagian ini memuat konsep-konsep teoritis yang digunakan sebagai kerangka atau landasan untuk menjawab masalah penelitian, yang terdiri dari model penelitian terdahulu, definisi variabel dependen, hubungan antar variabel serta model penelitian dan perumusan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Mendeskripsikan uraian tentang rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel (variabel dependen dan variabel independen), teknik pengumpulan data, metode analisis data, uji kualitas data dan uji asumsi klasik serta uji hipotesis.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis data yang dikumpulkan, yang meliputi: hasil demografi responden, uji outlier, hasil uji kualitas data, hasil uji asumsi klasik, dan hasil uji hipotesis.

BAB V: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan memuat pendapat singkat peneliti berdasarkan hasil dan pembahasan pada bagian sebelumnya. Keterbatasan bagian ini mengemukakan kelemahan-kelemahan yang disadari peneliti yang kemungkinan akan mempengaruhi hasil penelitian tersebut dan rekomendasi untuk perusahaan otomotif serta penelitian selanjutnya.