

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Indonesia industri otomotif adalah industri yang memiliki potensi yang sangat baik, tingkat keinginan masyarakat untuk menaikkan prestise dapat dilakukan dengan kendaraan yang digunakan. Hal tersebut didukung dengan pola pikir masyarakat bahwa tingkat kemampuan ekonomi dapat dinilai dengan kendaraan yang digunakan sehari-hari (Aljihadi et al., 2019). Industri otomotif merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya. Perannya yang sangat sentral dalam menunjang seluruh kegiatan masyarakat khususnya masyarakat Indonesia ini, telah menjadikan industri otomotif menjadi salah satu pendongkrak ekonomi nasional (Permana et al., 2014). Seiring dengan berkembangnya industri otomotif, maka meningkat pula permintaan akan suku cadang kendaran salah satunya ialah aki (Kurniyati, 2017).

*Accu* atau *accumulator* yang biasanya lebih dikenal dengan sebutan aki pada masyarakat adalah sebuah alat elektro kimia yang menyimpan listrik dalam bentuk energi kimia yang kemudian dikeluarkan untuk menyuplai energi listrik ke sistem starting mesin, pembakaran, dan komponen kelistrikan lainnya yang membutuhkan. Dalam proses pemakaian aki akan kehilangan energi kimia yang nantinya akan di suplai kembali oleh alternator yang merupakan proses pengisian (*charging*) ini merupakan siklus penggunaan aki pada umumnya. Sejarah aki berawal dari penemuan Alessandro volta seorang ilmuwan Italia pada tahun 1800 dengan susunan elemen yang pertama kali yaitu “voltaic pile”. Penemuan Alessandro Volta kemudian dikembangkan kembali pada tahun 1859 oleh Raymond yaitu “*lead-acid battery*” yang dapat di charge berulang kali.

Perkembangan aki yang terbesar ditemukan oleh Emile Alphonse Faure pada tahun 1880 yang melapisi plat timah dengan pasta yang terbuat dari serbuk timah dan asam sulfat, penemuan ini menuntun *lead-acid battery* menjadi produk industri yang diproduksi. Memasuki dunia industri *lead-acid battery* terus dikembangkan dan disempurnakan oleh JS.Sellon pada tahun 1881 yang menggunakan plat timah berlubang sebagai ganti dari plat biasa dan lebih disempurnakan lagi oleh Volmar pada tahun yang sama yaitu menggunakan plat timah yang berkisi-kisi. Hingga saat ini prinsip aki *lead-acid battery* tidak banyak berubah dari tahun 1881.

Penemuan baru oleh CV.Asia Electrindo pada tahun 2019 merevolusi accumulator atau aki yang biasanya digunakan untuk mesin pembakaran seperti mobil, truk, kapal, genset, dan lain sebagainya dengan bahan dasar lithium sebagai sumber energi yang diberi nama "*intelligent accumulator*" menggantikan *lead-acid battery* yang menggunakan timbal dan asam sebagai sumber energi. *Intelligent accumulator* dapat menggantikan penggunaan aki konvensional di masyarakat. Ada beberapa perbedaan yang utama dalam menggunakan *intelligent accumulator* dengan aki pada umumnya, *intelligent accumulator* memiliki umur pakai yang jauh lebih lama dibandingkan dengan aki konvensional yaitu masa penggunaan normal selama 10-20 tahun, *intelligent accumulator* juga merupakan produk yang memiliki sistem didalamnya dengan berbagai macam kontrol sehingga membuat *intelligent accumulator* tidak bisa rusak akibat salah penggunaan. *Intelligent accumulator* juga memiliki *power* yang besar sehingga proses *starter* menjadi lebih baik. *intelligent accumulator* juga tidak memiliki masalah dalam penggunaan pada lingkungan suhu rendah. *intelligent accumulator* juga memiliki dimensi yang lebih *compact* dan berat yang ringan. Selain itu karena *intelligent*

*accumulator* tidak mengandung asam timbal yang termasuk zat berbahaya sehingga menjadikan *intelligent accumulator* lebih ramah lingkungan.

Dalam penggunaan *intelligent accumulator* memiliki spesifikasi yang diperlukan untuk berfungsi dengan baik sesuai dengan standar pada umumnya seperti tegangan 12V untuk setiap unit *intelligent accumulator* yang dapat di rangkai secara seri untuk mendapatkan tegangan 24V untuk penggunaan beberapa mesin yang membutuhkan tegangan 24V selain itu juga bisa dirangkai secara paralel untuk beberapa mesin yang membutuhkan aki dengan rangkaian paralel. *Intelligent accumulator* juga memiliki beberapa tipe unit dengan spesifikasi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan konsumen pada umumnya yaitu setara dengan spesifikasi aki konvensional N30, N40, N60, N80, N100, N150 dan N200.

Akan tetapi, ancaman dari persaingan usaha terus mengintai perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang otomotif dan kompetisi yang terjadi untuk menarik konsumen sangatlah ketat. Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen (Lukitaningsih, 2014). Konsep pemasaran menilai berhasilnya suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan telah memasuki era kompetisi.

Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dari produk aki lithium CSM akan menentukan pemasaran yang baik bagi produk *intelligent accumulator* di masa yang akan datang karena salah satu bagian dalam pemasaran yang efektif adalah diperlukan pengamatan bagaimana tingkah laku konsumen serta memenuhi kebutuhan konsumen melalui usaha mengamati jenis dan tipe produk keinginan konsumen. Rencana pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai macam faktor

yaitu faktor internal yang merupakan faktor yang ada pada diri konsumen sendiri (perilaku konsumen) ataupun faktor pemasaran. Apabila dilihat dari faktor internal, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis (Pratiwi & Mandala, 2015). Selain dari faktor perilaku konsumen, minat pembelian dan keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen juga dipengaruhi oleh adanya stimulus akibat informasi mengenai produk, harga, lokasi dan promosi yang merupakan empat aspek pemasaran (Ong & Sugiharto, 2013).

Faktor-faktor yang diteliti dari pembelian aki lithium merek CSM ini adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi sebagai faktor internal konsumen dan faktor produk, faktor harga, faktor lokasi, dan faktor promosi sebagai faktor pemasaran. Penelitian ini dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk aki lithium tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti dalam pembahasan ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap minat pembelian aki lithium merek CSM?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat pembelian aki lithium merek CSM?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menemukan hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap minat pembelian aki lithium merek CSM.
2. Menemukan hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat pembelian aki lithium merek CSM.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti: Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan sebagai aplikasi praktis dari pendidikan yang telah ditempuh selama di bangku kuliah.
2. Manfaat bagi pasar tradisional: Dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor perilaku konsumen dan faktor utama pemasaran mempengaruhi minat pembelian aki lithium merek CSM.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Secara rinci sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Berisi gambaran umum isi skripsi ini, mulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Memuat tentang teori-teori dasar yang menunjang untuk membahas permasalahan yang akan diangkat dalam skripsi.

### Bab III : Metodologi Penelitian

Berisikan keterangan mengenai tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, langkah-langkah penelitian, dan alur analisis.

### Bab IV : Pembahasan

Berisikan urain mengenai pengolahan data yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor perilaku konsumen dan faktor utama pemasaran terhadap keputusan pembelian aki lithium.

### Bab V : Penutup

Bab ini akan menyajikan hasil akhir atau kesimpulan yang diperoleh dari dilaksanakannya penelitian ini dan juga memberikan saran bagi kepentingan penelitian lebih lanjut.