

INTISARI

Industri otomotif Indonesia saat ini sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Untuk industri manufaktur mobil, Indonesia menempati posisi kedua terbesar dibawah Thailand dalam jumlah total produksi kendaraan roda empat di seluruh wilayah Asia Tenggara. Indonesia memproduksi sebanyak 1.098.780 unit mobil di tahun 2015 dan tetap konsisten memproduksi mobil dengan jumlah diatas satu juta unit pertahunnya sampai dengan tahun 2017.

Jumlah penjualan mobil di Indonesia sangat tinggi, jumlahnya mencapai 30% dari total penjualan mobil diseluruh wilayah Asia Tenggara. Indonesia secara konsisten menjual lebih dari satu juta unit mobil pertahunnya selama tiga tahun terakhir. penjualan mobil di Indonesia di dominasi oleh produsen asal negara Jepang. Jenis mobil Low MPV merupakan jenis mobil yang diminati oleh masyarakat Indonesia, hal tersebut terlihat dari beberapa merk mobil low MPV yang menguasai jumlah penjualan mobil di Indonesia seperti Toyota Avanza, Toyota Calya, Daihatsu Xenia, Daihatsu Siga, Honda Mobilio, Honda BRV, Suzuki Ertiga sampai Mitsubishi Expander. Khusus mobil dengan jenis low MPV, memiliki pangsa pasar paling gemuk di Indonesia.

Toyota Avanza merupakan raja dari kelas mobil low MPV bahkan untuk semua jenis mobil yang dijual di Indonesia, penjualan Avanza tercatat sebagai penjualan mobil paling laris dalam beberapa tahun belakang. Pada tahun 2017 penjualan Toyota Avanza menyumbang 30% dari total penjualan seluruh mobil merk Toyota. Sampai dengan tahun 2017 Toyota Avanza merupakan mobil dengan jumlah penjualan terbanyak setiap tahunnya yaitu sebanyak 116.311 unit. Suatu fenomena terjadi pada jumlah penjualan mobil disemester awal tahun 2018 dimana Mitsubishi dengan produk mobil low MPV terbarunya yaitu Mitsubishi Xpander dapat mengungguli angka penjualan yang dalam beberapa tahun belakang di dominasi oleh Toyota Avanza. Pada semester awal 2018 ini Mitsubishi Xpander unggul tipis dengan memperoleh penjualan sebanyak 39.948 unit disusul dengan Toyota Avanza diposisi kedua dengan penjualan sebanyak 39.455 unit lalu Toyota Calya diposisi ketiga dengan angka penjualan sebanyak 32.286 unit. Maka dari itu dilakukanlah penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli mobil low MPV.

Atas analisa yang dilakukan, diperoleh kesimpulan: Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli mobil low MPV di Indonesia merupakan faktor inovasi produk. Faktor tersebut merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mobil low MPV dalam penelitian ini.

Kata kunci: mobil low MPV, Keputusan konsumen, inovasi produk, pembelian produk

ABSTRACT

The Indonesian automotive industry is currently experiencing rapid progress in recent years. For the car manufacturing industry, Indonesia ranks the second largest under Thailand in the total production of four-wheeled vehicles throughout the Southeast Asian region. Indonesia produced 1,098,780 units of cars in 2015 and consistently produces cars with a number of over one million units per year until 2017.

The number of car sales in Indonesia is very high, reaching 30% of total car sales throughout the Southeast Asian region. Indonesia has consistently sold more than one million units of cars annually for the past three years. Car sales in Indonesia are dominated by Japanese producers. Low MPV type of car is a type of car that is in demand by the Indonesian people, it can be seen from several low MPV car brands that control the number of car sales in Indonesia such as Toyota Avanza, Toyota Calya, Daihatsu Xenia, Daihatsu Sigra, Honda Mobilio, Honda BRV, Suzuki Ertiga to Mitsubishi Expander. Especially for cars with low MPV types, it has the fattest market share in Indonesia.

Toyota Avanza is the king of the low MPV car class, even for all types of cars sold in Indonesia, Avanza sales are listed as the best-selling car sales in the past few years. In 2017 sales of Toyota Avanza accounted for 30% of the total sales of all Toyota cars. Until 2017, Toyota Avanza is the car with the highest number of sales each year, which is 116,311 units. A phenomenon occurs in the number of car sales in the early semester of 2018 where Mitsubishi with its newest low MPV car product, Mitshubishi Xpander, can outperform sales figures which in the past few years have been dominated by the Toyota Avanza. In the early semester of 2018, Mitshubishi Xpander was slightly ahead with 39,948 units of sales, followed by Toyota Avanza in second place with 39,455 units sold, and Toyota Calya in third place with 32,286 units. So from that carried out research on the factors that influence consumer decisions in buying low MPV cars.

For the analysis conducted, conclusions are obtained: Factors that influence consumer decisions in buying low MPV cars in Indonesia are product innovation factors. This factor is a significant factor influencing the purchase decision of a low MPV car in this study.

Keywords: *low MPV cars, consumer decisions, product innovation, product purchases*