

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan banyaknya perusahaan dari berbagai macam jenis perusahaan seperti perusahaan telekomunikasi, transportasi, perbankan, properti dan perhotelan berkembang dengan pesatnya. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen, untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dan keinginan konsumen.

Salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat adalah bisnis properti, perkembangan bisnis properti ini dapat dilihat dari menjamurnya *real estate* di kota-kota besar. Dengan terus meningkatnya bisnis properti, maka semakin banyak pula akan permintaan bahan bangunan sehingga menyebabkan penjualan bahan bangunan dari tahun ke tahun memiliki kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini sejalan dengan perkembangan pembangunan perumahan dan gedung - gedung yang ada saat ini.

Pintu merupakan salah satu elemen penting didalam sebuah bangunan, baik itu perumahan maupun gedung – gedung besar lainnya. Banyak sekali jenis pintu dari berbagai macam bahan bangunan salah satunya pintu berbahan dasar kayu. Saat ini pintu kayu yang ramah lingkungan yang paling diminati oleh masyarakat, sehingga makin meningkatnya pangsa pasar dari pintu kayu berbasis polimer.

Keputusan masyarakat beralih menggunakan pintu berbahan dasar kayu berbasis polimer merupakan pangsa pasar yang menarik saat ini. Sehingga mengakibatkan semakin banyaknya permintaan pasar akan produk tersebut.

Besarnya pangsa pasar ini memberikan peluang kepada semua pembisnis untuk masuk kedalam pasar bahan bangunan polimer. Akibat dari makin banyaknya produsen bahan bangunan polimer, maka mulailah terjadi kompetisi yang tinggi dalam penjualannya. Produsen bahan baku plimer yang dapat didaur ulang juga semakin banyak, baik produsen lokal maupun import dengan harga yang kompetitif dan berbagai macam jenis variasi.

Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk (*product quality*) yang dimaksud merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing, maka dari itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Produk dengan penampilan terbaik belum tentu merupakan produk dengan kualitas tertinggi. Oleh karena itu produk – produk produsen yang sudah ada di pasaran saat ini dituntut untuk lebih kreatif dan memperbanyak variasi serta inovasi produknya sesuai kebutuhan masyarakat.

Selain kualitas produk faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian adalah promosi. Promosi penjualan merupakan unsur kunci dalam kampanye perusahaan dan promosi yang paling baik adalah promosi yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Dengan demikian, promosi perlu ditangani secara cermat karena masalahnya bukan hanya menyangkut pada bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan akan tetapi juga menyangkut seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk biaya ini yang tentunya harus disesuaikan pada kondisi dan kemampuan perusahaan.

Dalam penyusunan ini obyek yang digunakan oleh peneliti adalah produk S-Plus Klasik ABS yang merupakan produk andalan dari PT. Smart Tectex. S-Plus Klasik ABS memberikan banyak keunggulan dibandingkan dengan produk S-Plus lainnya. ABS atau Acrylonitreile Butadience Styrene adalah polymer organik pembentuk plastik yang kuat. ABS mempunyai kekuatan kejut dan kekenyalan

yang tinggi sehingga sesuai untuk komponen yang bergerak.Keunggulan tersebut seperti tahan dalam segala kondisi cuaca; adanya tambahan material bahan penyerap benturan dengan kualitas prima, menjadikan setiap lapisan pada pintu tidak mudah terkelupas; tersedia bermacam motif, warna dan tekstur dengan desain terkini; struktur baja bertulang yang terintegrasi dengan semua bahan PVC, menjadikan kusen pintu elastis dan tahan lama meskipun terkena tekanan keras. Harga yang cukup terjangkau serta kualitas yang baik serta ramah lingkungan menjadi alasan *customer* untuk memilih S-Plus Klasik ABS sebagai produk bangunan rumah.

Berikut ini adalah tabel berbagai macam penjualan jenis merek pintu yang terdapat pada Bazar Bangunan Tambun Bekasi ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Top RankPenjualan Bazar BangunanTambunKategoriPintu**

NO	MEREK	TOP RANKPENJUALAN BAZAR BANGUNAN		
		2016	2017	2018
1	Alphamax	12,5%	10.7%	11.2%
2	Crystal	46.2%	58.3%	62.8%
3	S-Plus Klasik ABS	41.3%	31%	37.2%
TOTAL		100%	100%	100%

Sumber : Bazar BangunanTambun

Berikut data pada tabel 1.1, menunjukkan bahwa secara top rank penjualan pada Bazar Bangunan Tambun untuk produk S-Plus Klasik ABS dalam tiga tahun terakhir berada pada posisi kedua. Dengan jumlah persentase yang didapatkan pada tahun 2016 yaitu sebesar 41.3%. Lalu pada tahun 2017 jumlah persentase yang didapatkan menunjukkan penurunan sebesar 10% menjadi sebesar 31%. Pada tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 6.2% sehingga menjadi sebesar 37.2%. Namun peningkatan yang terjadi tidak menjadikan S-Plus Klasik ABS dapat

menduduki peringkat pertama kategori pintu pada Bazar Bangunan Tambun Bekasi. Karena dalam 3 tahun terakhir produk Crystal yang mampu menempati posisi pertama top rank penjualan Bazar Bangunan untuk kategori pintu dan secara konsistensi menunjukkan peningkatan persentase dari tahun ketahun.

Secara kualitas produk S-Plus Klasik ABS dapat dikatakan mampu bersaing dengan produk unggulan seperti Alphamax. Hal ini terbukti melalui top menempati posisi kedua sedangkan Alphamax berada di posisi ketiga. Namun, menurut data penjualan yang didapat pada Bazar Bangunan Tambun Bekasi produk S\_Plus Klasik ABS masih kalah bersaing dengan produk Crystal. Hal ini disebabkan karena produk Crystal memiliki harga yang relative murah dan juga banyak penawaran yang ditawarkan kepada konsumen dalam bentuk promosi jika dibandingkan dengan produk S\_Plus Klasik ABS dan juga Alphamax.

Berikut ini adalah data penjualan pintu tipe S-Plus Klasik ABS PT. Smart Tectex pada Bazar Bangunan Tambun Bekasi.

**Tabel 1.2 Data Penjualan Pintu Tipe S-Plus Klasik ABS  
PT. Smart Tectex Tahun (dalam satuan unit)**

<b>DATA PENJUALAN PINTU TIPE S-PLUS KLASIK ABS</b>				
<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>TARGET PENJUALAN</b>	<b>AKTUAL PENJUALAN</b>	<b>PERSENTASE PENJUALAN</b>
1	2016	225	267	119%
2	2017	240	252	105%
3	2018	265	245	<b>92%</b>

Sumber :Bazar Bangunan Tambun Bekasi

Berdasarkan data tabel 1.2 terlihat bahwa penjualan untuk produk S-Plus Klasik ABS pada tahun 2016 sebanyak 267 unit pintu, pada tahun 2017 sebanyak 252 unit pintu dan pada tahun 2018 sebanyak 245 unit pintu. Pada tahun 2016 dan juga 2017 aktual penjualan yang terjadi dapat melebihi target yang telah ditetapkan dengan memiliki selisih sebanyak 42 unit pintu pada tahun 2016 dan 12 unit pintu pada tahun 2017. Meskipun dapat mencapai target yang telah ditetapkan, namun pada tahun 2017 penjualan yang dihasilkan mengalami penurunan sebanyak 15 unit dari tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2018

PT.Smart Techtex tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan dengan penjualan uang didapat sebanyak 245 unit pintu atau minus 12 target yang telah ditentukan serta mengalami penurunan sebanyak 7 unit dari tahun sebelumnya. Kondisi penjualan yang terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara target penjual dengan relisasi, sehingga produk bangunan yang dipasarkan PT.Smart Techtex belum bisa menjadi pemimpin pasar di Indonesia. Masih banyak konsumen yang membanding – bandingkan dengan produk lain. Semakin banyaknya merek dan pesaing yang ada maka semakin besar pula tuntutan akan suatu kualitas produk akan semakin tinggi pula. Disamping itu promosi menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk membeli sebuah produk.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul untuk penelitian ini adalah “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi**”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi?
3. Apakah Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi.

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk S-Plus Klasik ABS di Bazar Bangunan Tambun Bekasi.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pengalaman, wawasan serta belajar sebagai praktisi dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan

2. Manfaat bagi perusahaan

Dengan penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan agar meningkatkan keputusan pembelian dengan memperhatikan faktor kualitas produk dan promosi

3. Manfaat bagi mahasiswa

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa di dalam menuntut ilmu di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya maupun Universitas lainnya untuk menunjang perkembangan ilmu pengetahuan.

#### **1.5. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini dalam ruang lingkup permasalahan dalam bidang manajemen di perusahaan yaitu secara khususnya membahas mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

## **1.6.Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan dalam penulisan proposal. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah merupakan dasar pemikiran untuk melakukan penelitian ini. Sedangkan rumusan masalah merupakan permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Tujuan dan manfaat penelitian mengungkapkan hasil yang dicapai melalui penelitian ini dan dapat dimanfaatkan oleh manajemen. Sistematika penulisan menjelaskan tentang uraian ringkas dari setiap bab dalam skripsi ini.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi landasan teori yang mendasari penelitian, kerangka berfikir penelitian serta hipotesis yang akan diuji dalam penelitian.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan gambaran mengenai metode yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini, yaitu termasuk tentang desain penelitian, variable penelitian, definisi operasional variable, teknik pengumpulan data, jenis instrument yang digunakan dan metode analisis data.

### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian terdiri dari deskripsi hasil penelitian, dan hasil analisis kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian , bab ini

menguraikan deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil. Deskripsi objek penelitian membahas secara umum objek penelitian. Analisis data menitik beratkan pada hasil olahan data sesuai dengan alat dan teknik analisis yang digunakan. Interpretasi hasil menguraikan hasil analisis sesuai dengan teknik analisis yang digunakan termasuk argumentasinya.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini terdiri dua sub bab yang terdiri kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian yang dilakukan.

