

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peningkatan ekonomi yang semakin pesat dan juga bersaing pada saat ini ditandai dengan kehadirannya berbagai perusahaan yang membuat barang dan jasa dalam bidang produksi yang akhirnya menghasilkan bidang pemasaran. Sebuah produk yang ditawarkan global usaha saat ini Elastex Waterproofing 3-In-1. Begitu persaingan pasar yang kompetitif menjadi tantangan besar menurut setiap perusahaan, sehingga mau atau tidak mau perusahaan harus lebih tanggap dalam menyikapi kondisi yang berkembang pada saat ini.

Pada keadaan pasar yang cukup bersaing saat ini, aktivitas pemasaran perusahaan dihadapkan pada banyak hal yang bersifat tidak pasti dan sulit untuk dikontrol seperti persaingan pasar, situasi dan kondisi ekonomi, keinginan masyarakat dan lain sebagainya yang semuanya akan ikut mempengaruhi perusahaan untuk bersangkutan dalam memasarkan produknya.

Pada dasarnya beberapa perusahaan untuk selalu berkeinginan selalu agar tujuan perusahaannya tercapai, demikian juga halnya dengan PT Nipsea Paint And Chemicals yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan pemasaran, yaitu produksi dan distributor tunggal Elastex Waterproofing 3-In-1. Lalu untuk menghindari merosotnya pasar penjualan waterproofing dikarenakan banyaknya produk-produk kompetitor yang mulai gencar untuk memenuhi pasar, maka dari itu perusahaan dituntut selalu aktif dan secara terus menerus mengikuti perkembangan pasar.

Memprediksi minat konsumen dalam memilih suatu produk sangat diperlukan oleh perusahaan untuk mengambil keputusan dalam hal kegiatan pemasaran dimasa sekarang dan sebagai pedoman untuk masa yang akan datang, karena pada umumnya produk yang akan dibeli oleh *customer* atau pembeli ialah

untuk memenuhi kebutuhannya agar *customer* atau pembeli merasa senang dengan produk tersebut.

Oleh karena itu untuk memenuhi kebutuhan *customer* atau pembeli untuk membuat *customer* atau pembeli merasa senang, maka produk Elastex Waterproofing 3-In-1 ini hadir untuk memenuhi kebutuhan *customer* atau pembeli dalam memperindah dan mempercantik bangunan-bangunan yang telah tercipta, karena semakin pesatnya pembangunan fisik diberbagai bidang. Maupun itu pihak pemerintah atau pihak swasta. Begitu banyaknya perusahaan yang mengelola pembangunan hotel, pusat pembelanjaan, perkantoran, gedung-gedung pencakar langit yang semua itu memerlukan Elastex Waterproofing 3-In-1 yang berguna juga sebagai pelapis anti bocor agar bangunan-bangunan tersebut indah dan elegan.

PT. Nipsea Paint and Chemicals merupakan produksi dan juga distributor tunggal Elastex Waterproofing 3-In-1 yang mempunyai cabang perusahaan distributor tersebar diseluruh Indonesia. Apapun strategi dilakukan oleh PT. Nipsea Paint and Chemicals untuk memasarkan produk agar dapat mempengaruhi keputusan *customer* atau pembeli untuk membeli Elastex Waterproofing 3-In-1, diantaranya ialah dengan membangun citra sebuah merek produk itu sendiri. Merek menjadi salah satu perhatian dan pertimbangan *customer* atau pembeli dalam memutuskan membeli produk perusahaan. Pilihan *customer* atau pembeli pada suatu merek produk tergantung pada citra yang melekat pada produk tersebut. Perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik sesuai kebutuhan dan keinginan *customer* atau pembeli. Perusahaan juga harus mampu membangun citra yang lebih baik dari pesaing agar produk perusahaan kepada *customer* atau pembeli menjadi produk dengan citra merek yang melekat.

Harga juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan *customer* atau pembeli guna membeli produk Elastex Waterproofing 3-In-1, harga produk yang ditawarkan ke *customer* atau pembeli bervariasi tergantung dari kemasan. Seperti terlihat dalam table 1.1

**Table 1.1 Harga Elastex Waterproofing 3-In-1 2021  
PT. Nipsea Paint and Chemicals**

Jenis barang	1 kg	4 kg	20 kg
Elastex Waterproofing 3-in-1	49,060	178,200	847,000

Discount pantek 10 %

Jenis barang	1 kg	4 kg	20 kg
Elastex Waterproofing 3-in-1	44,154	160,380	762,300

Sumber : PT Nipsea Paint and Chemicals

PT. Nipsea Paint and Chemicals juga melakukan strategi dengan memberikan discount pantek kepada *customer* berupa potongan harga untuk setiap pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1. PT. Nipsea Paint and Chemicals selalu melakukan promosi yang sifatnya menarik simpati masyarakat agar menggunakan Elastex Waterproofing 3-in-1.

Fenomena citra merek terhadap keputusan pembelian dalam membeli cat terlihat dari banyaknya toko – toko yang menjual. Salah satu Nippon Paint menjual berbagai macam cat yang kurang lengkap. Pelanggan selalu mencari produk yang diinginkan sesuai dengan citra merek yang sesuai dengan harapannya. Persaingan penjual cat ternyata tidak mempermudah dalam pencarian cat yang bagus atau sesuai dengan keinginan para pelanggan. Munculnya beberapa para pelanggan selalu mengeluh perihal stok barang yang kurang atau habis ketika akan membeli. Selain itu, para pelanggan sering mengeluh mengenai cat yang dibeli karena tidak sesuai dengan keinginan nya dan harganya yang cukup tinggi, tidak sesuai dengan apa yang telah di promosikan.

Untuk memudahkan toko matrial dan semi matrial menjual Elastex Waterproofing 3-in-1 perusahaan membuat strategi yang dipasarkan, seperti : membuat iklan non personal yang ditayangkan melalui Televisi secara terus menerus dengan tujuan berupaya mempengaruhi public dan khususnya *customer* untuk membeli Elastex Waterproofing 3-in-1 walaupun secara tidak langsung berdampak pada pembelian, penggunaan promosi iklan tetap menjadi prioritas utama sebagai sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan

*customer*, dan upaya agar perusahaan dapat menghadapi *customer*. Lalu PT. Nipsea Paint and Chemicals juga melakukan sales promotion, dengan memberikan hadiah berupa potongan tagihan dan logam mulia kepada toko-toko yang telah menjual produk Elastex Waterproofing 3-in-1 akan tetapi dengan pengambilan toko-toko tersebut sudah mencapai target promo yang telah disepakati. Promosi ini dilakukan agar mendorong semangat *customer* tersebut untuk menambah persediaan produk yang akan dipasarkan. Selain itu juga PT Nipsea Paint and Chemicals membuat kegiatan personal selling agar



berinteraksi langsung kelapangan melalui salesman, salesman memperkenalkan dan menyakinkan *customer* untuk produk yang dipasarkan dan juga dapat menerima orderan atau pesanan terhadap barang yang dipesan oleh *customer* tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul tentang **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ( Studi Kasus Kepada Toko Bahan Bangunan dan Toko Semi Bahan Bangunan di Bekasi )”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
4. Apakah secara bersama-sama variabel Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?

3. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
4. Untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Elastex Waterproofing 3-in-1 pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan hasil penelitian ini bis digunakan sebagai masukan untuk mengetahui bagaimana kebutuhan, keinginan, selera konsumen terhadap produk tersebut sehingga perusahaan bias mengambil suatu keputusan atau kebijakan di bidang pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan.
2. Bagi pihak akademis sebagai referensi dan informasi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya
3. Bagi penulis hasil penelitian ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam pemecahan sebuah masalah.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Agar pembatasan masalah terfokus dan pokok permasalahan tidak menyimpang dari latar belakang di atas serta karena banyaknya masalah atau variabel-variabel yang berhubungan dengan keputusan pembelian pada *customer*, maka penulis mencoba membatasi masalah tersebut, yaitu pada Citra Merek, Harga dan promosi serta kepuasan pembelian Waterproofing.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematik penulisan yang berisi informasi

mengenai materi dan yang dibahas tiap-tiap bab. Pada penulisan ilmiah ini, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

**Bab I           PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematik penulisan.

**Bab II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan membahas landasan teori yang digunakan dalam penulisan skripsi antara lain konsep dan pengertian manajemen pemasaran, pengertian pemasaran, bauran pemasaran, citra merek, harga, promosi, keputusan pembelian watherproofing, kerangka berfikir dan hipotesis.

**Bab III          METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

**BAB IV         HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

**BAB V          PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.