

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri pipa saat ini sudah berkembang sangat pesat di Indonesia. Hal ini berhubungan dengan berbagai macam merek pipa yang berkembang. Seperti yang kita ketahui, pembangunan di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat, sehingga membuat industri pipa mengalami peningkatan juga. Hal ini dikarenakan pipa digunakan sebagai sarana aliran air pada perumahan, jalan, dan infrastruktur lainnya. Dengan demikian produsen dituntut untuk terus berkembang dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Produsen diminta untuk tidak hanya membuat produk tetapi memahami kebutuhan dari konsumennya. Hal ini yang membuat para produsen harus mampu bersaing dengan para pesaingnya.

PT. Harapan Widyatama Pertiwi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang trading yang memproduksi pipa PVC dan HDPE serta asserorisnya dalam kegiatan usahanya selalu mempunyai keunggulan pada setiap produk yang diproduksinya. PT. Harapan Widyatama Pertiwi ini menggunakan nama UNILON sebagai merek dagangnya. PT. Harapan Widyatama Pertiwi juga merupakan salah satu dari lima *top brand* pipa HDPE (*High Density Polyethylene*) yang ada di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994, yang memiliki kantor pusat berlokasi di Sunter dan pabrik di Bekasi. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produknya PT. Harapan Widyatama Pertiwi sangat mengedepankan kualitas produk serta pelayanannya untuk membuat para konsumen merasa puas. Oleh sebab itu perusahaan ini terus berkembang setiap tahunnya sehingga mampu menguasai pasar Jabodetabek bahkan hingga luar Pulau Jawa.

Meskipun produksi pipa UNILON juga memproduksi pipa berjenis HDPE dan PVC, namun eksistensi pipa HDPE lebih menguasai pasar dibandingkan

dengan pipa PVC. Sehingga Berikut jenis-jenis pipa yang dipasarkan dengan merek UNILON

Tabel 1.1 Dimensi Pipa PVC

TABEL DIMENSI PIPA CLASS - AW						TABEL DIMENSI PIPA CLASS - D					
Diameter		DIMENSI				Diameter		DIMENSI			
Luar		Toleransi		Tebal pipa		Luar		Toleransi		Tebal pipa	
Nominal		Diameter Luar				Nominal		Diameter Luar			
Inch	mm	tiap titik	rata rata	$e_{\min}$	Toleransi	Inch	mm	tiap titik	rata rata	$e_{\min}$	Toleransi
1/2"	22	± 0.2	± 0.2	1.60	+ 0.4	1.1/4"	42	± 0.3	± 0.2	1.30	+ 0.3
3/4"	26	± 0.2	± 0.2	1.80	+ 0.4	1.1/2"	48	± 0.3	± 0.2	1.30	+ 0.3
1"	32	± 0.2	± 0.2	2.00	+ 0.4	2"	60	± 0.4	± 0.2	1.30	+ 0.3
1.1/4"	42	± 0.3	± 0.2	2.20	+ 0.5	2.1/2"	76	± 0.5	± 0.3	1.40	+ 0.3
1.1/2"	48	± 0.3	± 0.2	2.20	+ 0.5	3"	89	± 0.5	± 0.3	1.60	+ 0.4
2"	60	± 0.4	± 0.2	2.30	+ 0.5	4"	114	± 0.6	± 0.4	2.00	+ 0.4
2.1/2"	76	± 0.5	± 0.3	2.60	+ 0.5	5"	140	± 0.8	± 0.5	2.50	+ 0.5
3"	89	± 0.5	± 0.3	3.10	+ 0.6	6"	165	± 1.0	± 0.5	2.90	+ 0.6
4"	114	± 0.6	± 0.4	4.10	+ 0.6	8"	216	± 1.3	± 0.7	3.70	+ 0.6
5"	140	± 0.8	± 0.5	5.20	+ 0.8	10"	267	± 1.6	± 0.9	5.00	+ 0.7
6"	165	± 1.0	± 0.5	6.20	+ 0.8	12"	318	± 1.9	± 1.0	6.00	+ 0.8
8"	216	± 1.3	± 0.7	7.70	+ 1.0	14"	370	± 2.1	± 1.2	8.70	+ 1.1
10"	267	± 1.6	± 0.9	8.50	+ 1.2	16"	420	± 2.3	± 1.3	9.70	+ 1.2
12"	318	± 1.9	± 1.0	10.50	+ 1.4	18"	470	± 2.6	± 1.5	11.50	+ 1.4
14"	370	± 2.1	± 1.2	14.00	+ 1.6	20"	520	± 2.8	± 1.6	13.60	+ 1.6
16"	420	± 2.3	± 1.3	15.60	+ 1.8	24"	630	± 5.0	± 3.2	14.60	+ 1.7
18"	470	± 2.6	± 1.5	16.80	+ 2.0	28"	732	± 5.8	± 3.7	18.30	+ 2.0

20"	520	± 2.8	± 1.6	18.60	+ 2.2
24"	630	± 5.0	± 3.2	23.50	+ 2.6
28"	732	± 5.8	± 3.7	26.50	+ 3.0

- Toleransi panjang = + 25 mm, - 10 mm

Tabel 1.2 Dimensi Fitting

JIS FITTINGS			
1	45° Elbow (45 L)	7	Reducer Socket (IN)
2	45° Y (Y)	8	Valve Socket (TS. VS)
3	Socket (DS)	9	Flange Socket (TS. F)
4	Tee (DT)	10	Long Elbow (LL)
5	90° Elbow (DL)	11	Cap (TS)
6	90° TY (LT)	12	Fauce Socket (TS. WS)

Di Indonesia sendiri memiliki beberapa macam merek pipa yang dijual dipasaran seperti UNILON, VINILON, RUCIKA dan INTILON. Yang membuat perusahaan-perusahaan pipa harus bekerja keras untuk mengembangkan produknya baik dalam kualitas produk maupun citra produk. Sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan menarik para konsumen untuk membeli produknya tersebut. Dalam membeli suatu produk para konsumen biasanya mempertimbangkan citra merek yang telah diketahui dari berbagai sumber dengan kualitas produk yang telah ditawarkan perusahaan. Selain itu pelayanan juga menjadi bahan pertimbangan konsumen saat akan membeli suatu produk.

Citra merek menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk. Semakin merek dagang dikenal dengan baik dan luas semakin memudahkan menarik daya beli bagi konsumen. Citra merek UNILON telah dikenal oleh para pemilik toko bangunan dan perusahaan kontruksi, namun belum dikenal kalangan konsumen atau pelanggan sebab beberapa tahun kebelakang UNILON berpusat memasarkan pipa kepada para kontraktor dan baru memulai

memasarkan pipa kepada masyarakat luas melalui bantuan distributor dari para pemilik toko bangunan yang ada di Indonesia khususnya Jakarta. Selama ini masyarakat lebih mengenal merek pipa RUCIKA karna *brandnya* yang sudah melekat pada masyarakat. Sehingga perusahaan perlu bekerjasama lebih keras dengan para pemilik toko bangunan untuk mengenalkan pipa merek UNILON kepada masyarakat luas.

Kualitas produk UNILON cukup baik dibandingkan dengan VINILON, RUCIKA dan PARALON. Kualitas produk UNILON telah memenuhi standar Internasional ISO 9001:2015. PT. Harapan Widyatama Pertiwi memproduksi pipa merek UNILON dengan bahan baku yang dibeli di dalam negeri. Dalam menerapkan standar pipa yang bagus, UNILON memilih bahan baku biji plastik yang berkualitas baik. Sebelum produk dijual dipasar, pipa merek UNILON ini telah melewati uji coba di laboratorium untuk uji ketahanan terhadap zat kimia yang terkandung didalam tanah, uji kelentulan, dan uji tekanan terhadap suhu air panas maupun air dingin. Jika kondisi pipa bagus maka pipa akan dikirim ke toko bangunan dan perusahaan kontruksi yang sudah memesannya, jika pipa dinyatakan tidak layak jual maka pipa akan dibawa keruang *crusher* untuk didaur ulang dan dijadikan biji plastik kembali.

Produk pipa UNILON ini sudah dikenal oleh para pemilik toko bangunan akan ketahanan pipanya yang cukup lama, karna hal inilah para pemilik toko bangunan berani merekomendasikan pipa UNILON kepada konsumen. Jelas ketahanan ini tak luput dari kualitas produk yang baik serta harga yang bersaing dipasaran dan pelayanan yang diberikan PT. Harapan Widyatama Pertiwi terhadap konsumennya.

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli pipa UNILON sering didasari dengan pertimbangan sering atau tidaknya mendengar merek pipa tersebut dipakai oleh masyarakat sekitar, meskipun kualitas dengan pipa lain tidak jauh berbeda. Untuk menarik minat konsumen biasanya perusahaan melakukan kerjasama kepada pemilik toko bangunan untuk melakukan beberapa strategi penjualannya agar konsumen membeli pipa UNILON seperti dilakukannya pendekatan khusus seperti pemberian diskon khusus, pemberian

doorprize, dan pemberian potongan harga kepada konsumen yang membeli pipa merek UNILON di toko bangunan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas dan citra merek. Guna mengkaji lebih jauh, penulis tertarik melakukan penelitian untuk kepentingan pembuatan skripsi dengan judul **”Pengaruh Cira Merek UNILON dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pipa di Jakarta Utara”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi masalah – masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Semakin banyak merek pipa yang beredar dipasar, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat.
2. Produsen membangun citra merek dengan berbagai upaya, agar konsumen percaya bahwa produknya paling unggul.
3. Kualitas produk antar perusahaan banyak memiliki kesamaan, sehingga perusahaan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen saat ini dan dimasa yang akan mendatang.
4. Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian pipa, diantaranya adalah kualitas produk pada pipa dan citra merek yang dicitrakan oleh perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan maka diperlukan batasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksud agar penelitian terfokus pada topik yang menjadi pokok permasalahan.

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi kualitas produk dan citra merek pipa di Jakarta Utara.

2. Informasi yang disajikan yaitu tentang kualitas produk dan citra merek pipa.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara merek terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara?
3. Apakah ada pengaruh terhadap citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara.

1.5.2 Manfaat penelitian

1. Bagi pihak lain

Hasil ini diharapkan dapat sebagai bahan referensi dan pembandingan bagi pihak lain yang ingin melaksanakan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan topik permasalahan yang sama, yaitu tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah wawasan terhadap topik masalah yang diteliti dan mampu mengaplikasikan dengan baik untuk memecahkan masalah terhadap permasalahan seperti penelitian yang dilakukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pelaporan hasil penelitian disusun secara terinci dalam lima bab, dan beberapa sub bab sebagai berikut :

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori yang digunakan sebagai dasar dalam pembahasan atas penelitian. Landasan teori yang digunakan menyangkut pengertian citra merek, faktor-faktor dibuatnya citra merek, tujuan citra merek, teori-teori kualitas produk, hubungan antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, instrumen penelitian dan metode analisa data yang digunakan. Desain penelitian meliputi : metode penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, serta teknik pengumpulan data. Instrumen penelitian meliputi : variabel kualitas produk (X1), variabel citra merek (X2) dan pengambilan keputusan pembelian (Y). Teknik analisa data meliputi : analisa korelasi, analisa berganda, dan uji signifikan.

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian mencakup deskripsi objek penelitian, deskripsi data responden, dan selain itu bab ini juga menguraikan pembahasan terhadap hasil penelitian dan kelemahan penelitian.

Bab V PENUTUP

Sebagai bab terakhir, bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan implikasi manajerial.

