BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada Pada dunia marketing selalu berkaitan kuat atau erat dengan yang namanya kompetitif penjualan. Karena hal tersebut, setiap manajemen perusahaan tentunya akan terus berlomba-lomba dalam menunjukan penawaran-penawaran produk dan juga pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar terpenuhinya suatu kepuasan pelanggan. Supaya tercapainya hal ini, perusahaan dituntut keras untuk kreatif dan gigih dalam keadaan pasar yang super kompetitif supaya dapat bersaing dan bertahan terhadap situasi persaingan pemasaran yang ketat dengan perusahaan pesaing-pesaing sejenisnya.

Hal-hal tersebut dapatlah dilakukan suatu upaya dengan metode-metode pemasaran tertentu untuk menghasilkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau loyal. Selain itu perusahaan juga dituntut untuk peka terhadap perubahan-perubahan pada dunia pemasaran baik dari dalam maupun dari luar. Perubahan yang dimaksud dapat berupa informasi-informasi tentang trend yang sedang berlangsung, tentunya jika perusahaan menyadari perubahan tersebut, maka akan lebih mudah bagi perusahaan untuk menentukan strategi untuk memenangkan persaingan. (Fernando & Aksari, 2017)

Setiap customer atau pengguna tentunya sangat mengharapkan produk yang di gunakannya dapat memenuhi harapannya, atau dengan kata lain sesuai dengan

ekspetasinya. Produk bisa di katakan bagus dan berkualitas apabila kegunaan atau manfaat beserta fungsi dari suatu produk tersebut sesuai dengan yang di inginan dari pembeli. (Amilia & Nst, 2017). Akan tetapi produk-produk yang di pasarkan oleh PT CIN Engineering dari ban forklift hingga spare partnya sering sekali mendapatkan keluhan dari pelanggan, salah satu adalah kualitas spare part yang buruk, hal ini membuat pelanggan menjadi tidak puas.

Selain itu ban forklift yang di pasarkan juga mudah mengalami robek oleh benda-benda tajam, ban tersebut mudah mengalami robek di karenakan bahan ban tersebut kurang tebal atau tipis hal ini dapat mengakitbatkan ban menjadi panas sehingga ban menjadi mudah aus atau susut dan dapat berakibat ketidak stabilan kendaraan pada saat mengoperasikan kendaraan tersebut, tentunya hal ini sangatlah membahayakan keselamatan pengemudi, dan membuat konsumen menjadi kurang puas, akan kualitas ban dan menjadi ragu-ragu apa bila ingin membelinya. Lalu jenis-jenis ban forklift yang dijual juga tidaklah lengkap, seperti Ban *Pneumatic forklift*, dan Ban *Solid Forklif*, sehingga konsumen tidak mempunyai banyak pilihan serta model ban juga kurang menarik.

Dalam sudut pandang konsumen, citra merek merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan pilihannya, sebab citra merek yang baik dapat menambah nilai positif tersendiri terhadap produk tersebut, dengan kata lain citra merek merupakan sebuah unsur penting bagi pelanggan dalam menentukan pilihannya. Sebab suatu produk yang sudah terpecaya dan terkenal dapat mampu memberikan rasa aman ketika di gunakanan. (Pradana et al., 2018)

Citra merek yang dijual oleh PT CIN Engineering juga tidak terlalu familiar atau di terkenal oleh pelanggan baru, alhasil tentunya pelanggan akan lebih melirik merek-merek yang sudah eksis lebih dahulu. Testimoni atau penilaian dari produk ban juga masih belum begitu jelas, sehingga sulit bagi produk PT CIN Engineering untuk menunjukkan mutu produknya di pasaran. Konsumen tentunya akan lebih memilih ban yang sudah terkenal seperti merek Dunlop, Bridgestone, dan Aichi yang cukup laris dan sudah terkenal di pasaran Indonesia.

Tabel 1.1 Data Penjualan Ban Forklif Februari 2020 – Januari 2021

Bulan	Total Penjualan	Target Penjualan Perbulan
September 2020	55	50
Oktober 2020	60	50
November 2020	58	50
Desember 2020	55	50
Januari 2021	45	50
Februari 2021	43	50
Maret 2021	40	50
April 2021	40	50
Mei 2021	37	50
Juni 2021	35	50
Juli 2021	33	50
Agustus 2021	30	50

Sumber : PT CIN Engineering 2021

Pada table 1.1 di atas dapat di lihat bahwasannya terdapat penurunan yang cukup signifikan pada penjualan ban forklift dalam kurun waktu 1 tahun terakhir. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan, rendahnya keputusan pembelian ini di sebabkan oleh kurang puasnya pelanggan akan produk-produk yang di pasarkan oleh PT CIN Engineering, sehingga pelanggan enggan untuk melakukan pembelian kembali pada masa mendatang.

Saat ini terdapat banyak kriteria kriteria pelanggan yang memiliki pemikiran serta pemahaman dalam memilih sebuah produk, hal itu terjadi karena terdapat berbagai pilihan merek yang berjeniskan barang yang sama. Adapun beerapa hal yang menjadi bentuk pertimbangan calon pembeli seperti *brand image* dari sebuah produk, dimana citra produk yang baik akan memengaruhi pertimbangan konsumen dalam memutuskan produk mana yang akan di belinya. Selain daripada *brand image*, kualitas produk juga berperan penting dalam hal ini, di karenakan kualitas produk harus bisa atau mampu memenuhi harapan konsumen. (M. L. Purba & Tambunan, 2018)

Bedasarkan fenomena-fenomena yang dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT CIN Engineering**"

1.2. Identifikasi masalah

Dari penejelas pada latar belakang di atas, di jumpai beberapa permasalahan di dalam kegiatan pemasaran perusahaan yang peneliti identifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas produk ban PT Cin Engineering yang tipis sehingga mudah mengalami robek oleh benda-benda tajam.
2. Ban forklift yang tipis sehingga ban menjadi mudah panas dan rentan mengalami aus atau susut.
3. Jenis-jenis ban forklift yang di jual kurang lengkap. Seperti Ban *Pneumatic forklift*, dan ban *Solid Forklif.* Sehingga konsumen tidak punya banyak referensi.
4. Merek ban yang di jual belum begitu terkenal di pasaran.
5. Keputusan pembelian menurun 5 bulan terakhir dari bulan September 2020 hingga Januari 2021

1.3. Batasan Masalah

Dari penjelasan latar belakang dan identifikasi masalah yang di uraikan di atas maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada Kualitas produk dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian di PT CIN Engineering pada Departemen Pemasaran.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT CIN Engineering di Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada pada PT CIN Engineering di Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada pada PT CIN Engineering di Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Dari perumusahan masalah di atas maka peneliti menguraikan tujuan dari penelitian ini dengan penjelasan di bawah ini :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT CIN Engineering di Batam
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT CIN Engineering di Batam.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT CIN Engineering di Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang di lakukan tentunya penulis mengharapkan penelitian tersebut dapat mermanfaat bagi semua pembacanya, adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikit :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah sumber pengetahuan dan informasi yang dapat berguna di bidang perekonomian.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Di harapakan dapat menjadi kritikan yang membangun buat perusahaan agar dapat lebih lagi memperhatikan kualitas produk maupun citra mereknya agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Untuk lebih mendalami masalah dalam dampak dan pengaruhnya kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada PT CIN Engineering.

3. Bagi Universitas

Sebagai tambahan referensi untuk variable variable terkait dan di harapakan dapat menjadi sumbangan ide yang dapat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang terkait dengan variable variable di atas.