

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya memiliki kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kebutuhan manusia terdiri dari sandang, pangan dan papan (kebutuhan primer). Tempat tinggal atau rumah adalah salah satu contoh dari kebutuhan primer (papan), di saat sekarang ini rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlindung saja akan tetapi harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pemiliknya, seperti lingkungan yang nyaman dan bangunan yang kokoh.

Pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia dan negara berkembang lainnya terus meningkat setiap tahun dari waktu ke waktu, oleh karena itu perlu disediakan suatu kawasan yang dapat memberikan hunian terbaik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kota Batam yang merupakan kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau ini dikenal sebagai kota industri yang memiliki banyak bisnis developer perumahan, sehingga mengakibatkan ketatnya persaingan bisnis yang berasal dari perusahaan sejenis.

Kemajuan yang cukup pesat dalam perkembangan ekonomi secara langsung akan mempengaruhi perkembangan dan akan meningkatkan perkembangan *real estate* khususnya kota Batam. Ketua Dewan Pimpinan Daerah (DPD) *Real Estate Indonesia* (REI) Batam telah menyatakan target pembangunan saat ini yaitu meyakinkan konsumen dengan sasaran kaum milenial untuk segera membeli

rumah, dimana kita tahu bahwa harga rumah di Batam akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu Developer Perumahan terkenal di Kota Batam ialah PT Prima Karya Asih Batam yang sudah melakukan banyak pembangunan perumahan di berbagai daerah. Perusahaan ini beralamat di kompleks Ruko Hawaii Garden, Jl. Raja Alikelana, Belian, Kec. Batam Kota, Kota Batam.

Dalam kegiatan operasionalnya PT Prima Karya Asih Batam diketahui masih kurang maksimal memenuhi keinginan konsumennya dalam hal memberikan pelayanan.

Tabel 1.1 Pelayanan Pada PT Prima Karya Asih Batam

No.	Daftar Pelayanan	Standar	Nilai
1.	Berwujud (<i>Tangible</i>)	Berpenampilan bersih dan menarik	Bersih dan Menarik
2.	Komunikasi yang baik (<i>Emphaty</i>)	Mudah dipahami	Mudah dipahami
3.	Keandalan karyawan memberikan produk sesuai kebutuhan (<i>Realibility</i>)	Akurat dan terpercaya	Akurat dan terpercaya
4.	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Cepat dan tepat	Kurang Cepat
5.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Ramah dan Sopan	Kurang Ramah

Sumber: Internal PT Prima Karya Asih Batam, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT Prima Karya Asih Batam secara keseluruhan masih belum memenuhi standar sehingga kurang memuaskan konsumen dalam hal kurang cepat menanggapi keluhan dari konsumen yang mengalami kendala tidak memiliki surat keterangan kerja sebagai persyaratan untuk rumah KPR, serta masih kurangnya keramahan petugas dalam melayani konsumennya. Hal tersebut membuat konsumen merasa kurang nyaman sehingga memutuskan untuk mempertimbangkan kembali keputusannya untuk membeli.

Permasalahan kualitas pelayanan harus menjadi fokus perhatian utama oleh perusahaan sebagai produsen dalam melayani konsumennya. Ketika kualitas dari layanan yang diberikan oleh pelayan Sudahlah sampai maka pembeli akan mengkomunikasikan akan pelayanan yang ia terima kepada yang lain seperti ke temannya ke keluarganya dan ke pekerjaannya serta merekomendasikan pelayanan yang ia terima ke pengguna atau calon pembeli yang baru.

Selain kualitas pelayanan, kegiatan promosi juga dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan cara memperkenalkan produk, serta memberikan informasi mengenai manfaat dari produk yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan promosi dari produk tersebut. Bujukan kepada masyarakat untuk membeli suatu produk perusahaan merupakan tujuan utama promosi sehingga akan berdampak pada meningkatnya target penjualan.

Tabel 1.2 Media Promosi PT Prima Karya Asih Batam Periode 2018-2020

No.	Media Promosi	Tahun		
		2018	2019	2020
1.	Brosur	Aktif	Aktif	Nonaktif
2.	Iklan bersponsor (<i>Facebook</i>)	Aktif	Aktif	Aktif
3.	Spanduk	Aktif	Aktif	Nonaktif
4.	<i>Event</i>	Aktif	Aktif	Nonaktif

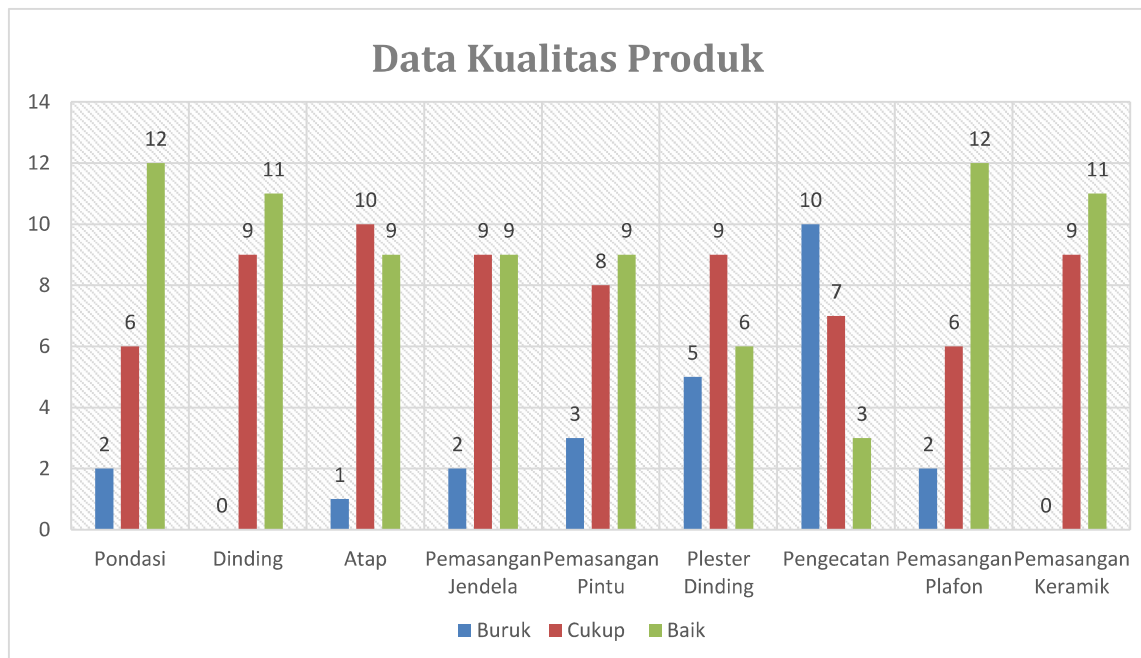
Sumber: Internal PT Prima Karya Asih Batam, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa pada tahun 2018 sampai tahun 2019 PT Prima Karya Asih Batam masih aktif menggunakan semua media promosi untuk menunjang target penjualan seperti melakukan penyebaran brosur ditempat umum, melakukan periklanan berbayar pada *platform facebook*, pemasangan spanduk di

pinggir jalan raya, serta mengadakan *event*. Namun karena terjadi pandemi *COVID-19* pada tahun 2020 maka PT Prima Karya Asih Batam hanya aktif menggunakan iklan bersponsor sebagai media promosinya, hal ini mengakibatkan tidak banyak yang mengetahui promosi yang sedang dilakukan PT Prima Karya Asih mengenai diskon ataupun manfaat lainnya yang didapatkan dari pembelian unit rumah.

Selain dari betapa kualitasnya pelayanan yang diberikan juga dari promosi, kualitas dari produk yang dijual juga merupakan sesuatu yang sangat penting dalam memberikan pengaruh atas pembelian dari para pelanggan, hal ini menyebabkan perusahaan akan berusaha untuk menjadi lebih baik lagi dalam berkembang dan berinovasi untuk menciptakan hal-hal yang baru yang tetap akan menarik dan meningkatkan minat beli konsumen.

Tabel 1.3 Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Produk



Sumber: Internal PT Prima Karya Asih Batam, 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 dari grafik diatas dijelaskan bahwa terdapat 20 responden yang dijadikan sebagai sampel dalam data tersebut dan survey dilakukan pada November 2021. Diketahui bahwa banyak yang memilih predikat Baik pada item-item pertanyaan variabel kualitas produk. Hal ini berarti konsumen PT Prima Karya Asih Batam yang menjadi responden penelitian menilai bahwa kualitas produk di PT Prima Karya Asih Batam secara keseluruhan sudah baik. Akan tetapi masih terdapat jawaban responden di pilihan Buruk, yaitu pilihan hasil yang banyak memilih buruk adalah bagian pengecatan, responden mengatakan banyak hasil cat yang tidak bagus, seperti cat yang mudah luntur ataupun terkelupas. Hal inilah yang membuat sebagian calon konsumen mengurungkan niat untuk membeli dikarenakan produk yang ditawarkan belum memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas harus sangat diperhatikan dalam segala aspek terlebih dalam memilih rumah, karena kualitas produk juga berpengaruh dengan manfaat dari suatu barang.

Keputusan pembelian merupakan kepemilikan dari keputusan dua atau lebih tindakan. Setiap orang akan mempunyai beberapa pertimbangan sebelum membuat keputusan pembelian. Pada tahap keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, evaluasi alternatif, pencarian informasi dan perilaku konsumen setelah membeli harus diperhatikan sepenuhnya oleh pihak manajemen pemasaran. Pemahaman mengenai keputusan pembelian ini sangatlah penting bagi para manajer dan sales untuk menyampaikan informasi yang tepat kepada calon konsumennya sehingga akan terjadi keputusan konsumen untuk membeli.

Tabel 1.4 Penjualan Rumah PT Prima Karya Asih Batam Periode 2018-2020

No.	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1.	Januari	40	44	35
2.	Februari	75	20	13
3.	Maret	29	19	19
4.	April	11	37	27
5.	Mei	25	38	18
6.	Juni	27	19	9
7.	Juli	18	20	15
8.	Agustus	35	11	22
9.	September	23	29	11
10.	Oktober	25	33	13
11.	November	31	70	20
12.	Desember	33	17	42
	Total	372	357	244

Sumber: Internal PT Prima Karya Asih Batam, 2021

Berdasarkan Tabel 1.4 dijelaskan bahwa penjualan rumah pada PT Prima Karya Asih Batam mengalami penurunan penjualan dari tahun 2018 sampai tahun 2020, Dimana pada tahun 2018 penjualan rumah PT Prima Karya Asih Batam yaitu sebanyak 372 unit, kemudian di tahun berikutnya yakni tahun 2019 penjualan rumah sebanyak 357 unit yang artinya dari tahun 2018 ke tahun 2019 terjadi penurunan penjualan sebanyak 15 unit rumah, dan penurunan penjualan juga terjadi pada tahun 2020 dimana penjualan pada tahun tersebut sebanyak 244 unit. Keadaan demikian harus diperhatikan perusahaan untuk lebih memahami bagaimana kebutuhan dan keinginan konsumen dalam membeli rumah.

Terlepas dari hal yang telah disebutkan, kota Batam sendiri merupakan kota yang dijadikan target untuk meniti karir dan bertempat tinggal di jangka waktu yang lama, oleh karena itu bisnis developer perumahan merupakan bisnis yang menjanjikan dalam hal aplikasi ataupun investasi. Namun pada objek ini masih

minim dilakukan penelitian, sebelumnya terdapat penelitian serupa dengan sedikit perbedaan pada variabel dan objek yang diteliti oleh (Prasetyo & Arista, 2018) bertempat di satu perumahan yang berada di ujung pulau Batam dimana penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh dari setiap variabel bebas (Kualitas dan Harga), lalu bagaimana dengan kualitas dari pelayanan yang diberikan karyawan perusahaan dapat meningkatkan minat pembelian rumah, atau apakah mungkin promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menarik minat membeli rumah mengingat harga rumah yang tinggi membutuhkan tingkat persuasif yang tinggi juga.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penulis akan melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Prima Karya Asih Batam.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelayanan yang kurang cepat dalam menanggapi keluhan dari konsumen
2. Kurang ramah pada saat berinteraksi dengan konsumen
3. Minimnya kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan
4. Kurang berkualitasnya daya tahan produk rumah

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas dan supaya peneliti lebih fokus, maka penulis membatasi ruang lingkup masalah. Oleh karena itu, penulis membatasi hanya yang berkaitan dengan:

1. Variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), Kualitas Produk (X3). Dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).
2. Objek penelitian dalam penelitian ini hanya berfokus pada keputusan pembelian rumah pada PT Prima Karya Asih Batam.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli rumah.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian rumah pada PT Prima Karya Asih Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT Prima Karya Asih Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh kalangan, baik yang membaca maupun yang terkait secara langsung. Adapun manfaat penelitian ini yakni:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan dan titik tolak dalam penerapan ilmu metodologi penelitian, khususnya mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk dalam menentukan keputusan pembelian rumah.

2. Pengembangan teori mengenai kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian penulis dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi instansi terkait untuk menganalisa permasalahan yang sering terjadi di lingkungan perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk serta sekaligus menambah rujukan bagi penelitian selanjutnya, yang memiliki variabel sejenis pada penelitian di waktu dan tempat yang akan datang di kemudian hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Supaya dapat mengembangkan variabel yang sudah ada sehingga memperluas pengetahuan pembaca lainnya.

4. Bagi Peneliti

Menambah ilmu pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan, promosi dan kualitas produk terkait pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, serta dapat menambah ilmu mengenai pemasaran berdasarkan teori yang telah dipelajari.