

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan bisnis saat ini di Kota Batam, bisnis di Kota Batam memiliki perkembangan yang semakin luas dan persaingan yang sangat ketat, banyak nya peluang dan tantangan bagi seluruh perusahaan yang bersangkutan. Masing-masing perusahaan wajib memiliki kebijakan agar dapat menghadapi perasingan dan memberi keuntungan bagi para konsumen. Perusahaan juga wajib memperhatikan berbagai varian dalam kualitas produk dan citra merek agar para konsumen dapat percaya. Oleh karena itu para konsumen harus berhati-hati dalam memilih dan membeli produk di suatu perusahaan.

Konsumen semakin cerdas dan cermat akan berdampak pada produk yang dijual diperusahaan. Cara perusahaan menarik perhatian konsumen yaitu dengan memperluas pemasaran pasar. Demi keberhasilan suatu perusahaan, para pemasar dituntut untuk dapat menyusun strategi dalam memuaskan kebutuhan konsumen dengan mengikuti perkembangan.

Persaingan yang ketat menyebabkan suatu perusahaan perlu melakukan usaha pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Hal ini menyebabkan perusahaan- perusahaan yang saling berlomba-lomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya Keputusan Pembelian. Jika suatu perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan juga bagi pihak perusahaan itu sendiri (Sumba et al., 2020).

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Bagi pembeli, merek bermanfaat untuk menciptakan mutu dan memberi perhatian terhadap produk-produk baru yang mungkin bermanfaat bagi mereka (Sumba et al., 2020). Produk yang diciptakan oleh perusahaan diwajibkan memiliki *quality* / kualitas. Nilai atau pendapat yang diberikan oleh konsumen atau *customer*. Hal yang diperhatikan oleh perusahaan dalam produksi barang / jasa yaitu manfaat serta nilai yang didapat oleh konsumen karena konsumen tidak hanya membeli fisik barang tersebut.

Citra merek adalah kumpulan persepsi tentang sebuah produk, jasa perusahaan dari merek yang saling berkaitan yang ada di dalam pikiran manusia. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (AMILIA, 2017).

Perusahaan yang menciptakan suatu produk pasti memiliki suatu merek. Dikarenakan merek ini konsumen lebih cenderung memilih barang yang bermerek. Produk yang bermerek pastinya memiliki kualitas yang bagus, karena sudah dijamin dan cukup terkenal dikalangan orang-orang. Suatu perusahaan dipasaran mempopulerkan produknya supaya dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan merek yang diciptakan.

PT Trimas Mitra Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang General Supplier, Piping, Valve, dan Fitting. PT Trimas Mitra Perkasa yang

berlokasi di Komplek Ruko Nagoya Point Blok F No.5. PT Trimas Mitra Perkasa sendiri sudah berdiri sejak 2017 sampai dengan sekarang.

PT Trimas Mitra Perkasa menjual produk ke berbagai PT dan Toko, selain itu perusahaan kami juga menjual produk ke konsumen langsung. PT Trimas Mitra Perkasa dalam memasarkan produknya juga melihat kualitas produk dan citra merek yang konsumen inginkan. Konsumen akan membeli produk itu sendiri karena adanya promosi. Produk yang dijual di PT Trimas Mitra Perkasa merupakan Pipa PPR Lesso dan Pipa PVC Rucika. Pipa PPR Lesso adalah pipa yang memiliki dua jenis pipa yaitu pipa air panas dan air dingin, pipa ini memiliki daya tahan terhadap suhu air yang panas dan dingin yang bertekanan tinggi, pipa PPR memiliki sifat tahan terhadap kontaminasi bahan kimia, pipa ini sangat lentur sehingga bisa dilipat dan juga dapat digunakan untuk mengalirkan air siap minum atau makanan cair karena materialnya yang non-toxic dan anti karat, biasanya Pipa PPR ini sering digunakan diperhotelan, apartemen, rumah sakit, dll. Pipa PVC Rucika adalah pipa yang memiliki satu jenis yaitu air dingin, kekurangan dari pipa ini tidak tahan pada suhu yang panas dan tidak lentur sehingga tidak bisa dilipat.

Berdasarkan dengan obsevasi peneliti mengenai kualitas produk yang ada di PT Trimas Mitra Perkasa masih ada konsumen yang sulit untuk mengambil suatu keputusan saat membeli produk, seperti membeli produk yang berkualitas bagus dengan harga yang standar, perusahaan kami berusaha memberikan kualitas produk yang bagus, namun perusahaan tidak dapat menjamin bahwa produk yang

dibeli oleh konsumen tersebut terjadi kerusakan, kelecetan dan gagal produksi. Maka dari itu lah tingkat penjualan akan menurun.

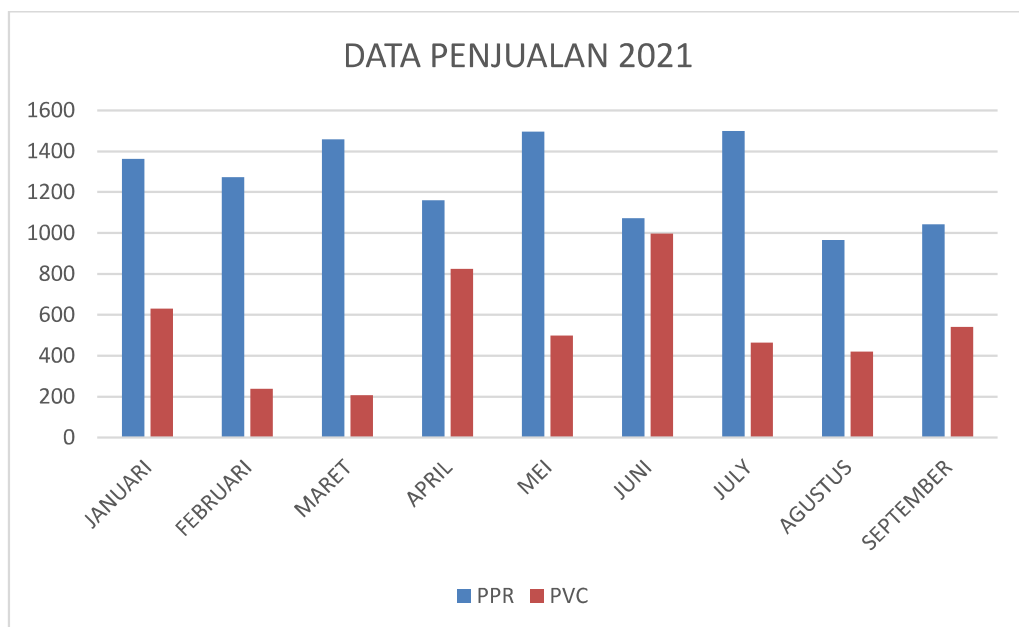
Tabel 1.1 Tabel Kelebihan dan Kekurangan Produk

PPR LESSO		PVC RUCIKA	
Kelebihan	Kekurangan	Kelebihan	Kekurangan
Bebas Racun	Pipa, Fitting Dan Mesin Pembakar PPR mahal	Tersedia Dalam Tipe AW dan tipe D	Peka Terhadap Sinar Matahari
Tingkat Ketahanan Korosi Yang Baik	Proses Pemasangan Pipa PPR Sulit	Bebas Korosi Hingga 30 Tahun	Titik Lelehnya Rendah
Kapasitas Flow Tinggi		Memiliki Aksesori Pelengkap Yang Handal	
Struktur Kuat		Dapat Digunakan Dalam Jangka Panjang	
Material Ramah Lingkungan		Material Ramah Lingkungan	
Ketahanan 50 Tahun		Pipa Multifungsi	

Sumber: Data Produk Di PT Trimas Mitra Perkasa

Berdasarkan Data Kelebihan Dan Kekurangan pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa citra merek yang ada di PT Trimas Mitra Perkasa PPR Lesso Dan PVC Rucika memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pada PPR lesso yaitu: Bebas Racun, Tingkat Ketahanan Korosi Yang Baik, Kapasitas Flow Tinggi, Stuktur Kuat, Material Ramah Lingkungan, dan Ketahanan 50 Tahun. Kekurangannya yaitu: Pipa, Fitting Dan Mesin Pembakar PPR yang Sangat Mahal.

Sedangkan kelebihan pada PVC Rucika yaitu: Tersedia Dalam Tipe AW dan tipe D, Bebas Korosi Hingga 30 Tahun, Memiliki Aksesori Pelengkap Yang Handal, Dapat Digunakan Dalam Jangka Panjang, Material Ramah Lingkungan, dan Pipa Multifungsi. Kekurangannya yaitu: Peka Terhadap Sinar Matahari dan Titik Lelehnya Rendah. Maka dari kelebihan dan kekurangan produk pada tabel diatas, kedua produk ini memiliki kelebihan yang sama yaitu Material Ramah Lingkungan.



Gambar 1.1 Data Penjualan 2021

Sumber: Data Penjualan 2021 Di PT Trimas Mitra Perkasa

Berdasarkan Data Penjualan pada Grafik 1.1 dapat dilihat bahwa dalam penjualan PPR dan PVC tidak stabil, terkadang mengalami penurunan dan kenaikan dari bulan ke bulan. Penjualan PVC pada bulan Maret adalah penjualan yang paling rendah diantara bulan-bulan lainnya. Maka dari itu perusahaan harus memerhatikan kualitas produk di PT Trimas Mitra Perkasa.

Sehingga peneliti menentukan penelitian terhadap Keputusan Pembelian Produk yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Citra Merek dengan mengangkat topik berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah diatas, dapat diambil bahwa identifikasi masalah pada penulisan ini berupa:

1. Kualitas Produk yang kurang bagus.
2. Citra Merek yang masih kurang menarik perhatian orang.
3. Produk yang kurang dikenal oleh orang.
4. Kurang kepercayaan pembeli terhadap pembelian produk tersebut.
5. Kondisi tidak stabil yang mengakibatkan penjualan produk yang mengalami kenaikan dan penurunan.

1.3 Batasan Masalah

Sebab ruang lingkup yang luas, maka peneliti membatasi skala pada riset ini berupa:

1. Peneliti hanya meneliti variabel kualitas produk dan citra merek sebagai variabel dependen.
2. Peneliti hanya meneliti variabel Keputusan pembelian sebagai variabel indenpenden.
3. Peneliti hanya melakukan penelitian di PT Trimas Mitra Perkasa.

1.4 Rumusan Masalah

Latar belakang dari makalah ini yang dibuat oleh penulis, adalah untuk menganalisis masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penulisan yang telah dikemukakan, penulis dapat mendapat mamfaat dan tujuan sebagai berikut :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa.
- 3 Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di PT Trimas Mitra Perkasa.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dibagikan kegunaannya ke semua kalangan baik untuk mahasiswa, peneliti, perusahaan, masyarakat dan akademis. Berikut merupakan kegunaan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoristis

Berupaya untuk menunjang teori yang telah diperoleh dari peneliti dan memberikan dukungan kepada variabel yang sudah pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan ilmu bagi dunia pendidikan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Kegunaan yang dapat dipelajari dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Pembaca

Hasil dari riset ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca dalam mendirikan usaha pada bidang perdagangan untuk mengetahui minat konsumen.

2. Bagi Peneliti

Sebagai penambahan wawasan dan ilmu tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan panduan dan acuan kepada peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang sama agar dapat membandingkan dengan peneliti-peneliti yang lain.