

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan akan tempat tinggal pun semakin meningkat, dikarenakan permintaan akan properti sebagai sarana tempat tinggal, membuka usaha dan sebagai sarana promosi, maka berbagai perusahaan mulai mengembangkan bisnis properti. Untuk penjualan properti ini pun terdapat berbagai macam jenis seperti rumah, ruko, *townhouse*, bahkan sampai apartemen. Jenis properti beragam tergantung kegunaan pelanggan. Berbagai cara pun dilakukan perusahaan *developer* agar pelanggan tertarik dengan produk properti yang ditawarkan. Seperti dari tipe rumah satu lantai sampai tiga lantai. Tidak lain dan tidak juga seperti ruko maupun apartemen. Pelanggan mempunyai keinginan yang beragam sehingga mendorong perusahaan agar terus berkembang dan bisa memenuhi keinginan pelanggan. Jika produk properti yang diinginkan pelanggan memuaskan, maka perusahaan pun akan mendapatkan untung dan juga profit perusahaan akan meningkat.

Penjualan properti merupakan bisnis yang bisa dibilang lumayan dalam penjualannya. Bayangkan saja jika perusahaan dapat menjual satu rumah ataupun ruko, biaya yang dikeluarkan pun bisa kembali dan bisa menutupi operasional perusahaan. Penjualan properti semakin meningkat dari tahun ke tahun dikarenakan harga properti selalu meningkat setiap waktu tergantung lokasi dan lingkungan sekitarnya juga. Pelanggan selalu mengutamakan suasana tenang di

komplek perumahan yang rapi dan aman tanpa ada keributan. Dan untuk ruko, biasanya pelanggan selalu mencari lokasi yang strategis untuk membuka usaha seperti di daerah pasar, mall, maupun hotel. Itu merupakan lokasi yang sangat strategis menurut pandangan kebanyakan orang dan harga yang ditawarkan pun bukan lah murah. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa harga properti berpengaruh terhadap suasana dan lingkungan sekitar nya. Biasanya untuk dikawasan keramaian *business centre*, harga properti otomatis pasti akan melunjak tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Sedangkan untuk yang harga nya murah pun, bisnis di daerah tersebut belum tentu terjamin akan kelancaran dalam berbisnis.

Harga properti sangat lah relevan dalam tingkatannya juga merupakan satu investasi yang menguntungkan pelanggan. Seperti hal nya contoh yang lain yaitu apartemen. Jika kita sebagai pelanggan membeli sebuah unit apartemen, kita bisa menyewakan nya kembali kepada turis baik yang dari luar negeri maupun dalam negeri. Itu merupakan suatu investasi yang lumayan menguntungkan bagi pemilik apartemen. Apalagi jika apartemen tersebut memiliki suasana yang santai dan menyenangkan untuk tempat para turis beristirahat, turis pun akan selalu menginap di apartemen tersebut. Untuk meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan dibutuhkan biaya lebih dalam usahanya membangun properti karena fasilitas merupakan sarana yang paling penting dalam properti dan kualitas produk nya pun harus memuaskan agar pelanggan tertarik untuk membeli maupun berinvestasi.

Menurut (Riyono & Budiharja, 2016: 101) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada

konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan.

Menurut (Walukow, Mananeke, & Sepang, 2014: 1738) menyatakan dalam kutipannya bahwa Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk. Dikutip oleh (Kotler & Amstrong).

Menurut (Fure, Lapian, & Taroreh, 2015: 369) dalam Schiffman dan Kanuk menyatakan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilhan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

PT Fanindo Cipta Propertindo adalah developer properti yang merupakan perusahaan yang memiliki proyek properti yang begitu banyak dengan kualitas yang memuaskan juga memberikan kemudahan dalam transaksi juga bonus dalam pembelian properti dengan harga yang terjangkau pula. Setelah PT Fanindo Cipta Propertindo memulai proyek nya di kota batam, banyak pelanggan yang berbondong-bondong datang untuk membeli properti. Promosi yang digunakan pun memiliki daya tarik yang kuat sehingga bisa menarik para pembeli dari berbagai daerah untuk datang membeli properti ke perusahaan ini.

Properti yang ditawarkan pun bermacam jenis nya bahkan sampai pembangunan Mall pun sedang dalam proses pembangunan. PT Fanindo Cipta Propertindo memiliki banyak proyek sebagai pilihan kepada pelanggan.

Masalah yang terkadang dihadapi pun beragam. Seperti kurangnya cara penyampaian yang benar dalam menyampaikan promosi karena faktor ide dan kreatifitas yang tidak menonjol dan membosankan. Pelanggan menjadi tertarik dengan sebuah produk apabila promosi bisa menjadi pusat perhatian semua orang. Promosi yang kurang menarik juga mempengaruhi keputusan membeli menjadi berkurang karena tidak adanya daya tarik yang membuat pelanggan ingin membeli produk. Apa yang ingin ditawarkan dari sebuah produk harus ditonjolkan dan dibuat semenarik mungkin agar pelanggan menjadi penasaran dan ingin bertanya sampai membeli produk perusahaan. Kualitas produk yang kurang bagus pun menjadi faktor utama dalam pertimbangan pelanggan untuk membeli sebuah produk. Pelanggan sangat teliti dan jelas dalam mempertimbangkan suatu produk apalagi dengan harga yang bisa dibilang tidak sedikit.

Berikut ini merupakan tabel penjualan berdasarkan pada keputusan pembelian pada PT Fanindo Cipta Propertindo dalam periode enam (6) bulan terakhir terhitung dari bulan Juli tahun 2018 sampai dengan bulan Desember 2018.

**Tabel 1.1** Data Penjualan PT Fanindo Cipta Propertindo Periode Juli - Desember 2018

<b>BULAN</b>	<b>TOTAL PROPERTI YANG TERJUAL</b>	<b>DELTA</b>
Juli	15 Unit	-
Agustus	21 Unit	6
September	23 Unit	2
Oktober	26 Unit	3

November	20 Unit	(6)
Desember	20 Unit	-

Sumber: PT Fanindo Cipta Propertindo, 2018

Rumus: Penjualan tanggal 1 + tanggal 2 + ..... + Penjualan tanggal (28/30/31)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada PT Fanindo Cipta Propertindo sempat mengalami penurunan, pada bulan Juli penjualan PT Fanindo Cipta Propertindo sebesar 15 unit, pada bulan Agustus sebesar 21 unit, pada bulan September sebesar 23 unit, pada bulan Oktober sebesar 26 unit, pada bulan November sebesar 20 unit dan pada bulan Desember sebesar 20 unit.

Minat beli yang kurang disebabkan oleh kualitas produk yang tidak memuaskan konsumen, di lain hal nya dengan banyak pesaing dan kurang menarik nya promosi yang ditawarkan terhadap Pembeli. Ini juga dapat dilihat pada data keluhan konsumen.

**Tabel 1.2** Data Keluhan Konsumen PT Fanindo Cipta Propertindo Periode Juli - Desember 2018

BULAN	TOTAL KELUHAN KONSUMEN	DELTA
Juli	0	-
Agustus	5	5
September	3	(2)
Oktober	0	(3)
November	0	-
Desember	2	2

Sumber: PT Fanindo Cipta Propertindo, 2018

Rumus: Keluhan tanggal 1 + tanggal 2 + ..... + Keluhan tanggal (28/30/31)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa keluhan konsumen pada PT Fanindo Cipta Propertindo juga sering terjadi. Penyebabnya adalah kurangnya kualitas produk dan promosi yang ditawarkan kurang menarik perhatian konsumen serta berdekatan dengan banyak pesaing lainnya.

Sulitnya juga menarik pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang kurang dan tidak menarik. Mutu barang bisa diseimbangkan dengan harga yang ditawarkan pula dan memuaskan pelanggan. Akan tetapi jika mutu suatu produk cacat maupun rusak, itu akan mengurangi pandangan pelanggan untuk membeli produk.

Sering terjadinya keluhan juga membuat pelanggan menjadi resah dan ragu dalam membeli produk suatu perusahaan dikarenakan promosi dan kualitas suatu produk yang kurang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, dapat dilihat bahwa promosi dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan maupun menurunkan minat beli konsumen pada PT. Fanindo Cipta Propertindo. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul "*The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision*" mendefinisikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Brata, Husani, & Ali, 2017: 433). Oleh karena itu, peneliti melakukan kegiatan penelitian dengan judul **"Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Rumah Pada PT Fanindo Cipta Propertindo Di Kota Batam"**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Kurang nya pengalaman dalam penyampaian promosi yang benar dan menarik.
2. Promosi yang kurang menarik sehingga membuat keputusan membeli berkurang.
3. Kualitas produk yang kurang bagus sehingga kurang diminati.
4. Sulitnya menarik pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian.
5. Sering terjadinya keluhan dari pembeli dalam membeli produk.

## **1.3 Batasan Masalah**

Untuk dapat menganalisi data yang dibutuhkan, terdapat keterbatasan waktu sehingga tidak semua identifikasi masalah dapat diteliti secara mendalam , maka dari itu penulis memberi batasan pada : variabel dependen yaitu Promosi (X1) dan Kualitas Produk (X2) dan Variabel terikatnya adalah Keputusan Membeli ( Y ). Adapun konsumen yang diteliti adalah seluruh konsumen PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam?
3. Apakah promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan membeli rumah pada PT Fanindo Cipta Propertindo di Kota Batam.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penambahan teori tentang bagaimana cara penyampaian promosi yang bagus agar pelanggan tertarik dengan produk perusahaan.
2. Peningkatan kinerja tentang bagaimana cara membuat produk yang bagus dan berkualitas bagi pelanggan.

#### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti  
Menambah wawasan penulis dalam bidang penelitian yang berkaitan dengan Promosi dan Kualitas Produk di PT Fanindo Cipta Propertindo, dalam menerapkan wawasan teori yang diperoleh dari Universitas Putera Batam
2. Bagi Objek Penelitian  
Terdapat 2 manfaat bagi objek penelitian yaitu :
  - a. Masukan untuk menambah apa yang kurang dari kualitas suatu produk.
  - b. Data atau informasi sebagai dasar pengambilan keputusan.
3. Bagi Universitas Putera Batam  
Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau panduan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang berhubungan dengan promosi, kualitas produk terhadap keputusan membeli.