

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era modern saat ini, dimana semakin banyak didirikan bangunan-bangunan seperti perkantoran, perhotelan, dan rumah-rumah dengan desain yang cukup modern. Hal ini berdampak terhadap timbulnya minat di masyarakat akan produk-produk interior yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sekunder maupun tersiernya, seperti menata ruangan tempat tinggal agar terlihat lebih bagus dan nyaman untuk ditempati. Oleh karena itu, mulai banyak munculnya perusahaan-perusahaan penyedia produk-produk interior di pasar saat ini, khususnya di Kota Batam.

Dalam rangka memberikan rasa puas kepada konsumen, maka perusahaan harus dapat menyediakan atau menjual barang dan jasa dengan kualitas produk yang unggul dengan harga yang layak, sepadan kebutuhan konsumen. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk dan bagaimana menjaga hubungan dengan konsumen yang membeli produk perusahaan menjadi konsumen yang *loyal* pada perusahaan tersebut. Perusahaan interior untuk saat ini sudah sangat banyak, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk-produk interior yang bisa memberikan kepuasan dalam menata ruangan kantor maupun rumah sendiri. Keputusan konsumen dalam memilih atau menentukan merek produk interior

bukanlah terjadi begitu saja. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas, desain, dan harga produk.

Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen karena adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan (Setiadi, 2010: 332).

Dengan persaingan yang ketat saat ini, perusahaan-perusahaan interior dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya).

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen. Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda.

(Kotler, 2008: 124) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, kemudahan operasi, dan peraian serta atribut lainnya. Bila suatu

produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya, dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas baik.

Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk, harga adalah satu-satunya unsur bauran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan, yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh (Tjiptono, 2014: 194).

PT Tunas Interior Batam adalah cabang perusahaan dari Onna Prima Utama Jakarta yang bergerak di bidang produksi/ perakitan produk bermerek ONNA sejak tahun 1975, dimana perusahaan tersebut beroperasi sebagai pabrik pembuatan produk di daerah Batam. PT Tunas Interior Batam menawarkan kualitas produk yang terjamin dan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat. PT Tunas Interior Batam juga menawarkan pengukuran, pemasangan, dan konsultasi gratis. Berikut disajikan tabel jumlah penjualan 2014, 2015 dan 2016.

Tabel 1. 1 Jumlah penjualan berdasarkan periode tahun 2014, 2015 dan 2016 di PT Tunas Interior Batam.

<i>Product</i>	2014		2015		2016	
	<i>QTY</i>	<i>RANK</i>	<i>QTY</i>	<i>RANK</i>	<i>QTY</i>	<i>RANK</i>
<i>Roller Blinds</i>	22.874	1	21.985	1	18.060	1
<i>Slimline Blinds</i>	8.172	2	8.663	2	4.541	4
<i>Vertical Blinds</i>	7.485	3	6.253	3	5.940	2
<i>MagneticInsectScreen</i>	5.341	4	6.201	4	4.934	3
<i>Rainbow Blinds</i>	3.211	5	5.063	5	3.739	5
<i>UV Blinds</i>	1.974	6	1.655	7	2.297	6
<i>Wooden Blinds</i>	1.837	7	1.993	6	1.486	7
<i>Roman shade</i>	1.560	8	2.750	8	1.433	8
<i>Curtain Track</i>	382	9	454	9	660	9
<i>Suntex Blinds</i>	294	10	392	10	439	10

Sumber: Marketing PT Tunas Interior Batam (2017)

Dilengkapi dengan daftar harga PT Tunas Interior Batam yang diambil sesuai dengan sistem dan seri kain yang sering ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 1. 2 Harga produk tahun 2014- 2016

<i>Product</i>	2014	2015 dan 2016
	Harga/ m2	Harga/ m2
<i>Roller Blinds</i>	884.000	723.000
<i>Slimline Blinds</i>	333.000	272.000
<i>Vertical Blinds</i>	324.000	266.000
<i>MagneticInsectScreen</i>	658.000	545.000
<i>Rainbow Blinds</i>	852.000	752.000
<i>UV Blinds</i>	1.736.000	1.365.000
<i>Wooden Blinds</i>	1.203.000	1.220.000
<i>Roman shade</i>	462.000	393.000
<i>Curtain Track</i>	423.000/mL	419.000/mL
<i>Suntex Blinds</i>	1.228.000	1.209.000

Sumber: *Pricelist Nasional ONNA 2014- 2016 (2017)*

Berdasarkan tabel 1.1 & 1.2, dapat diuraikan bahwa jumlah penjualan PT Tunas Interior Batam pada produk *UV Blinds*, *Wooden Blinds*, *Roman Shade*, *Curtain Track*, dan *Suntex* dari tiga tahun terakhir yaitu 2014, 2015 dan 2016 hanya naik turun menduduki rangking enam sampai sepuluh dari sepuluh produk dibanding dengan produk *Roller Blinds*, *Vertical Blinds*, *Magnet Insect Screen*, *Slimeline Blinds* dan *Rainbow Blinds*. Hal-hal ini terjadi karena adanya penurunan harga pada tahun 2014 dan penurunan diskon toko pada tahun 2016. Konsumen toko yang biasanya diberikan diskon 62%, kini turun menjadi 60%. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk.

Fenomena yang sering terjadi pada kualitas bahan baku produk seperti *Slat UV* yang sering bahkan mudah patah ketika sudah diplong baik dalam proses perakitan maupun baru dipasang di lokasi, permukaan ujung *slat* terlihat kasar,

warna *Slat Wooden Blinds* yang tidak rata menyebabkan dalam satu *set blinds* kelihatan terang dan gelap sehingga hasilnya tidak maksimal.

Tabel 1. 3 Jumlah Pelanggan PT Tunas Interior Batam tahun 2016 dan 2017 parsial.

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	
		2016	2017
1	Januari	36	30
2	Februari	32	35
3	Maret	35	29
4	April	36	37
5	Mei	62	31
6	Juni	37	38
7	Juli	26	-
8	Agustus	33	-
9	September	46	-
10	Oktober	49	-
11	November	66	-
12	Desember	51	-
Jumlah		509	200

Sumber: Marketing PT Tunas Interior Batam (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diuraikan bahwa jumlah pelanggan pada bulan Mei 2016 adalah yang terbanyak di tahun 2016 dan 2017, sedangkan di bulan Juni mengalami penurunan hingga bulan Juli merupakan jumlah pelanggan yang paling sedikit di tahun 2016 dan 2017.

Untuk meningkatkan penjualan, PT Tunas Interior Batam menjaga kualitas produk, dan menerapkan strategi harga. Perusahaan akan menetapkan strategi

harga yang mampu bersaing di pasaran, sehingga omset terus meningkat. Jika perusahaan mampu menarik perhatian konsumen, maka peluang perusahaan dalam memasarkan produknya akan lebih tinggi. Konsumen juga akan memutuskan membeli produk yang ditawarkan.

Penelitian ini diperkuat oleh (Weenas, 2013) yang berjudul Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Faktor penentu keputusan konsumen diantaranya adalah kualitas produk dan harga.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini penting dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan **”Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada PT Tunas Interior Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka identifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. PT Tunas Interior Batam menurunkan persentase diskon harga pada toko.
2. *Slat UV* yang sering bahkan mudah patah ketika sudah diplong.
3. Warna *Slat Wooden Blinds* yang tidak rata menyebabkan dalam satu *set blinds* kelihatan terang dan gelap sehingga hasilnya tidak maksimal.
4. Kurangnya Kualitas bahan baku menyebabkan permintaan berkurang pada PT Tunas Interior Batam.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dicantumkan di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Peneliti membatasi masalah-masalah dalam penelitian ini dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2016.
2. PT Tunas Interior Batam sebagai objek penelitian.
3. Kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam ?
3. Apakah kualitas produk dan harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam.

2. Untuk mendeskripsikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam.
3. Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen PT Tunas Interior Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam memperkaya wawasan di bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran sebagai bahan perbandingan mengenai pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan referensi, acuan, dan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan dalam civitas akademik dan sumber referensi bagi peneliti sebelumnya.