

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri properti sekarang ini, mendapatkan perhatian khusus , Hal ini dapat dilihat dengan didukungnya pembangunan infrastruktur, hotel, mall, apartemen, gedung perkantoran serta bangunan–bangunan lainnya. Meningkatnya bidang disektor properti membuat permintaan akan rumah ikut meningkat. Sekarang ini banyak konsumen mencari rumah yang nyaman dan praktis untuk ditinggali, juga bisa dijadikan instrumen investasi yang menguntungkan.

Ketika akan membeli sebuah rumah, konsumen akan memperhatikan kelayakan akan rumah tersebut. Konsumen menjadi unsur yang penting untuk meningkatkan penjualan maka yang harus dilakukan perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk akan bangunan proyek. Kualitas produk merupakan ciri khas dari suatu produk yang memiliki kegunaan dalam memuaskan kebutuhan manusia baik terlihat maupun tidak terlihat (Aditi & Hermansyur, 2018).

Dalam pikiran konsumen, jika suatu produk sudah terkenal dan diminati banyak orang, maka secara otomatis tingkat kualitasnya juga bagus untuk digunakan. Dalam kualitas produk, produk yang dihasilkan memiliki tingkat kemampuan untuk memuaskan kebutuhan manusia baik terkait maupun tidak terkait. Mengetahui bagus tidaknya suatu produk bisa dilihat dari daya tahan dan waktu pemakaian produk tersebut (Ekawati & Aryadirda, 2018). Jika produk yang dibeli konsumen mempunyai kualitas yang baik, konsumen mempunyai keinginan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Dalam menjual suatu produk, promosi memiliki implikasi yang besar promosi sebagai alat komunikasi antara penjual dan pembeli (Aditi & Hermansyur, 2018). Promosi dalam suatu perusahaan memiliki kelebihan tersendiri yakni dengan melakukan promosi melalui media sosial (facebook,instagram, situs website) atau dengan pemberian hadiah yang menggiurkan sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan berkaitan dengan produk baik melalui media sosial maupun media cetak dapat membantu pelanggan dalam mendapatkan informasi lengkap.

Keputusan pembelian adalah pemutusan pilihan konsumen dari berbagai variasi barang atau jasa dengan berbagai macam pilihan alternatif lebih dari satu. Konsumen menjadi pusat perhatian perusahaan untuk memperoleh keuntungan jadi harus mengetahui keputusan konsumen dalam menjual suatu produk (Kurnia, Djumali, & Istiqomah, 2016). Kebutuhan akan rumah di Batam memberikan peluang besar bagi perusahaan developer yang berfokus pada pembangunan rumah.

Salah satunya perumahan Golden City Residence yang dibangun pada tahun 2015. Perumahan ini dibangun oleh PT. Alam Jaya Sentosa yang telah dipercaya sebagai developer untuk pembangunan rumah maupun ruko. Hal ini dikarenakan perusahaan telah memiliki pengalaman selama 10 tahun dalam membangun rumah dan dipercayai oleh banyak orang.

Perumahan yang dibangun sekarang ini bernama Perumahan Golden City Residence yang terletak di Bengkong Laut, daerah Kota Batam telah berhasil

membangun sebanyak 220 unit dalam 5 tahun , total unit yang terjual sebanyak 118 unit.

Setiap perusahaan berharap produk yang dihasilkannya memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian atas produk tersebut. Namun perumahan di Golden City Residence juga memiliki kelemahan dimana bisa dilihat telah mendapatkan komplainan dari konsumen mengenai kualitas bahan bangunan. Rumah yang dibangun mengalami retakan dan kebocoran pipa dikarenakan ketidaktepatnya pemasangan material-material sehingga mengganggu kenyamanan konsumen.

Tabel 1. 1 Komplainan konsumen dari tahun 2015 – 2019 di PT Alam Jaya Sentosa.

No	Tahun	Retakan Bangunan	Kebocoran Pipa	Retakan Bangunan dan Bocoran Pipa	Total
1	2015	2	2	-	4
2	2016	1	1	5	7
3	2017	3	5	-	8
4	2018	2	1	5	8
5	2019	4	3	5	12
Total					39

Sumber : PT Alam Jaya Sentosa (2020)

Dari tabel diatas, komplainan konsumen semakin bertambah dari tahun ke tahun. Komplainan yang terbesar terjadi pada tahun 2019 sebanyak 12 konsumen. Hal ini membuat konsumen ragu akan kualitas perumahan Golden City Residence.

Promosi yang terdapat di PT Alam Jaya Sentosa berupa periklanan di media sosial (facebook,instagram dan situs rumah, spanduk dan brosur), pemberian paket dalam bentuk pemberian AC, kloset duduk dan pemeliharaan satu tahun membuat promosi ini tidak memiliki daya tarik yang tinggi bila dibandingkan

dengan pesaing lain. Promosi yang tidak mengalami perubahan mampu menyebabkan konsumen tidak ingin melakukan membeli. Hal ini dapat dilihat dari developer yang membangun perumahan Golden Prima dimana terdapat pemotongan harga atau diskon akan bangunan rumah dan pemberian keringanan dalam pembayaran angsuran deposit bagi konsumen. Sehingga menyebabkan konsumen lebih memilih perumahan lain dibandingkan dengan perumahan Golden City Residence. Munculnya banyak promosi membuat persaingan antara developer semakin kompetitif. Awal pembangunan proyek, perumahan ini mendapat sambutan hangat dari para konsumen, akan tetapi seiring waktu promosi yang dilakukan PT Alam Jaya Sentosa jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang dapat memberikan promosi berupa gratis biaya cicilan selama satu tahun dan gratis biaya notaris berupa akte jual-beli sampai dengan balik nama sertifikat dan BPHTB sedangkan perusahaan PT Alam Jaya Sentosa cenderung tidak mampu bersaing dalam mempromosikan produknya. Perusahaan PT Alam Jaya Sentosa yang awalnya dikenal dan diminati konsumen mulai dilupakan. Berikut bentuk promosi yang dilakukan PT Alam Jaya Sentosa:

Telp : 0851 0002 0165 / 0778 84884486
 Hp : 0852 6440 6198 Faulina
 Hp : 0851 0026 1199 Ahan
 Hp : 0811 777 1196 Setifven

PERUMAHAN & RUKO GOLDEN CITY
 Bengkong Laut - Batam

Kantor pemasaran :
 Ruko Golden City Blok B no 10
 , Bengkong Laut - Batam

PROMO !!!
CASH BERTAHAP 36 S/D 60 KALI (BULAN)
TANPA BI CHECK !! LANGSUNG DENGAN DEVELOPER

LOKASI SANGAT STRATEGIS!!
 ROW JALAN SANGAT LUAS!!
 TEMBUS KE BATAM CENTRE , NAGOYA , BATU AMPAR !!

DAPATKAN SEGERA PROMONYA
SEBELUM KEHABISAN !

Instagram : alamjayasentosa01
 Facebook : Golden city residence

Gambari 1. 1 Bentuk promosi PT Alam Jaya Sentosa.

Sumber : PT Alam Jaya Sentosa (2020)

Ketidaksesuaian selera dan harapan konsumen terhadap produk dapat menyebabkan konsumen merasa tidak tertarik dan kemudian beralih ke pesaing lain. Hal ini bisa menyebabkan penurunan penjualan di perusahaan PT Alam Jaya Sentosa. Perusahaan PT Alam Jaya Sentosa perlu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen saat ini sehingga mampu membuat kegiatan promosi yang cocok untuk konsumennya . Berikut ini data volume penjualan rumah tahun 2015 sampai tahun 2019 di PT. Alam Jaya Sentosa :

Tabel 1. 2 Volume penjualan rumah di PT. ALam Jaya Sentosa.

No	Tahun	Bangunan Siap Huni	Unit Terjual	Sisa Unit
1	2015	45	34	11
2	2016	45	30	15
3	2017	50	24	26
4	2018	50	18	32
5	2019	30	12	18
Total		220	118	102

Sumber : PT Alam Jaya Sentosa (2020)

Berdasarkan data yang diambil pada tahun 2015 sampai tahun 2019, PT. Alam Jaya Sentosa mengalami penurunan dari tahun ke tahun dimana penjualan tertinggi terjadi di tahun 2015 yaitu sebanyak 34 unit rumah. Penurunan yang tajam terjadi di tahun 2019 yaitu sebanyak 12 unit. Penurunan penjualan terjadi karena banyaknya perusahaan yang menawarkan produk dengan kualitas yang terjamin dan promosi yang menggiurkan, sehingga lebih disukai oleh konsumen. Melihat penurunan ini akan terus terjadi apabila PT. Alam Jaya Sentosa tidak melakukan tindakan untuk mengantisipasinya.

Berdasarkan permasalahan yang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian rumah di Golden City Residence Kota Batam”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bahan dan material bangunan rumah yang digunakan dinilai kurang berkualitas.
2. Promosi kurang berinovasi dan kurang menarik perhatian konsumen.
3. Terjadi penurunan penjualan dikarenakan kualitas produk dan promosi dinilai kurang baik.

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pembatasan penelitian untuk menghasilkan informasi yang tepat antara lain:

1. Variabel dalam penelitian ini yaitu:

Penelitian ini mengambil variabel kualitas produk (X1) , promosi (X2) dan keputusan konsumen (Y).

2. Objek penelitian

Penelitian ini dibatasi dengan meneliti konsumen yang membeli rumah di perumahan Golden City Residence, kota Batam.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di perumahan Golden City Residence, Bengkong Laut, kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence?
3. Apakah kualitas produk dan promosi bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence?

1.5 Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah yang telah disusun maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1.6.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian atau informasi agar dapat mempelajari efek pengaruh sebuah kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Golden City Residence dalam membeli rumah di properti tersebut.

1.6.2 Secara Praktis

1. Bagi peneliti

Supaya peneliti lebih memahami dan mengembangkan makna pentingnya kualitas produk dan promosi untuk membeli rumah di Golden City Residence.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini bisa dijadikan masukan bagi pihak perusahaan PT. Alam Jaya Sentosa untuk mengetahui peranan dari kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah di Golden City Residence.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada masyarakat mengenai kualitas produk dan promosi dalam membeli rumah.

4. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dokumentasi akademik yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

.