

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan juga pengaruh pada pola perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Sekarang ini kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal semakin meningkat sehingga banyak masyarakat mencari sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhannya.

Oleh karena itu, bisnis material atau bahan bangunan sekarang ini sedang sangat marak seiring dengan peningkatan bisnis properti dan peningkatan infrastruktur yang ada. Peningkatan bisnis properti dapat di lihat dari permintaan bahan bangunan yang terus meningkat dari tahun ketahun.

Bisnis toko bahan bangunan merupakan suatu usaha dibidang perdagangan jual beli bahan bangunan seperti, pasir, batu, paku, semen dan bahan bangunan lainnya. Dengan makin maraknya bisnis properti membuat keberadaan bisnis bahan bangunan menjadi salah satu usaha yang banyak diburu, bisnis bahan bangunan juga menjanjikan keuntungan yang cukup baik, sedangkan untuk resiko kerugian minim.

Sekarang lebih banyak bisnis bahan-bahan bangunan yang ada. Hal ini membuat tingkat persaingan perusahaan dibidang bahan-bahan bangunan pada saat ini menjadi lebih ketat. Di dalam bisnis bahan-bahan bangunan ada beberapa strategi marketing yang banyak digunakan oleh beberapa pengusaha. Contohnya

seperti harga yang lebih murah ketika ada pembelian secara retail, adanya harga khusus bagi pelanggan, pelayanan pesan antar kepada konsumen dan lain-lain.

Dari pernyataan diatas maka ada beberapa hal-hal penting dan sangat mendukung dalam melangsungkan usaha bahan-bahan bangunan yaitu dengan strategi yang tepat, menetapkan *marketing plan*, mempunyai target pasar, serta strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal-hal tersebut di lakukan perusahaan bertujuan untuk menambah jumlah pelanggan baru. Strategi-strategi tersebut merupakan ujung tombak yang sangat diperlukan perusahaan demi memajukan usaha. Persaingan perusahaan yang kini begitu ketat juga menuntut para pengusaha toko bahan bangunan untuk tetap memberikan produk terbaik dengan menggunakan strategi masing-masing perusahaan menarik konsumen-konsumennya dan tidak ditinggalkan konsumennya, dan agar perusahaan tidak kehilangan konsumen maka perusahaan-perusahaan diharapkan dapat bersaing.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Keputusan konsumen dalam pembelian dapat dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga dan tempat. Tujuan pemasaran sendiri menurut Kotler dan Keller (2009:36) adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. Yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk dan jasa itu (Kotler 2005:10). Penerapan strategi pemasaran yang tepat dalam mempengaruhi calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian

dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Penentuan harga dan kualitas produk maupun jasa yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (bahan bangunan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Faktor kualitas produk juga tidak kalah pentingnya karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang di peroleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk (Windoyo, 2009 dalam Yusuf, 2011).

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah harga dan kualitas produk. UD.Acc Jaya Medan adalah usaha dagang yang bergerak dibidang penjualan bahan material bangunan. Produk-produk diantaranya Pasir Binjai, tanah timbun, batu koral mangga, batu koral kelapa, batu guli, serti air, batu bata, dan semen.

UD.Acc Jaya Medan berdiri tahun 2009. Usaha tersebut terletak pada lokasi di jalan aman no. 77 Medan. UD.Acc Jaya Medan membuktikan kepada pesaing perusahaan bahwa UD.Acc Jaya Medan cukup unggul dalam persaingan yang ada.

Berikut ini akan disajikan mengenai harga produk UD.Acc Jaya Medan dan harga pesaing.

Tabel 1.1

Perbandingan Harga Produk Antara UD.Acc Jaya dengan UD.Bangun

No	Spesifikasi Barang	Satuan	Harga	
			UD.Acc Jaya	UD.Bangun
1.	Pasir	truck	900.000	850.000
2.	Batu mangga	truck	1.700.000	-
3.	Batu Kelapa	truck	1.700.000	1.500.000
4.	Batu Guli A bersih	truck	1.700.000	1.500.000
5.	Sertu air	truck	1.100.000	1.000.000
6.	Tanah Timbun	truck	500.000	450.000
7.	Batu Bata Merah (Oven)	buah	600	550
8.	Semen	50 kg	58.000	55.000
9.	Cat Dulux Pentalite Standar Colour	2.5 liter	137.000	135.000
10.	Nippon 3 in 1	2.5 liter	195.000	190.000

UD.Acc Jaya Medan dapat meningkatkan tingkat profit yang akan di dapatkan oleh pihak perusahaan dan mencapai keunggulan bersaing di antara kompetitornya, karena dari segi kualitas produk yang di miliki UD.Acc Jaya jauh lebih baik dari UD.Bangun. Bahan bangunan dari UD.Acc Jaya dipilih asli dari lokasi kota Binjai tidak dengan perusahaan lain yang mengambil bahan dari lokasi Sunggal. Bahan bangunan seperti pasir Sunggal tidak begitu bagus itu di karenakan warnanya kemerahan dan mengandung lumpur. Sedangkan bahan bangunan pasir Binjai dari UD.Acc Jaya berwarna putih dan memiliki tingkat kualitas yang baik untuk membangun Rumah. Pemilihan material bangunan ini sudah disesuaikan oleh biaya yang akan di keluarkan konsumen. Apabila salah

memilih pasir maka akan menambah biaya dari semen. Bahan bangunan pasir yang baik untuk membangun rumah adalah dengan melihat pasir tersebut tidak ada campuran seperti debu pasir atau disebut dengan ampas pasir. Namun pada tahun 2016 terjadi penurunan penjualan hampir 50 persen dari tahun yang sebelumnya. Itu disebabkan banyaknya pesaing. UD.Acc Jaya juga telah melakukan kenaikan harga terhadap produk yang sudah mulai mengalami kelangkaan. Hal ini membuat konsumen lebih terpikir dua kali untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bahan bangunan pada UD.Acc Jaya Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam kegiatan operasional perusahaan dan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Tidak terlepas dari berbagai masalah dalam pencapaian tujuannya untuk itu di butuhkan suatu perumusan masalah yang tepat dan penanganan yang cepat. Permasalahan yang timbul harus di identifikasikan dengan tepat dan cepat sehingga tidak membutuhkan waktu yang banyak dan di usahakan agar tidak mengganggu operasional perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan pada UD.Acc Jaya Medan Masalah yang di teliti adalah; Apakah faktor harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli baik secara simultan maupun parsial?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini terdapat:

1. Variabel *Independent* : Harga (X_1) dan Kualitas Produk(X_2).
2. Variabel *Dependent* : Keputusan Konsumen (Y).
3. Jenis produk : Bahan Material Bangunan.
4. Objek Penelitian : Konsumen UD.Acc Jaya Medan.
5. Tahun penelitian : 2016.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD.Acc Jaya Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

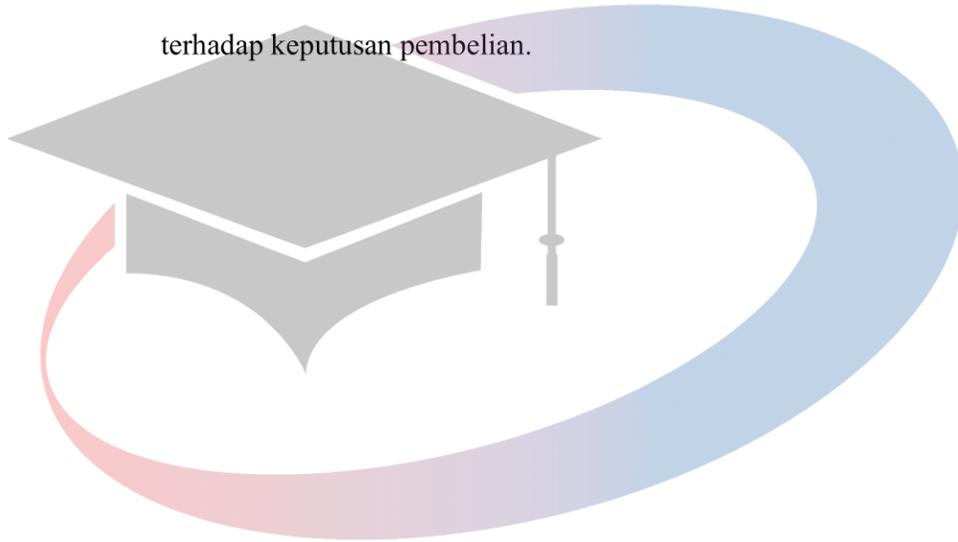
Adapun Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga pihak perusahaan dapat mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor tersebut.

2. Manfaat teoritis

Hasil dan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran khususnya dalam hal keputusan pembelian suatu produk. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.



UNIVERSITAS MIKROSKIL