

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peranan sektor konstruksi terhadap pembangunan ekonomi nasional dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto. Kontribusi sektor konstruksi terhadap PDB nasional semakin meningkat dari 9,98% pada tahun 2013 menjadi 10,05% pada tahun 2014. Laju pertumbuhan rata-rata sektor konstruksi pada tahun 2014 mencapai 6,6% menurut (BPS, 2015) dalam Tamri satung (2018:3). Sektor bangunan dan konstruksi adalah salah satu sektor terkuat yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Perkembangan teknologi konstruksi saat ini mengalami kemajuan yang ditandai dengan hadirnya berbagai jenis material dan peralatan yang modern. Dalam perkembangan dunia konstruksi sekarang ini, sangat banyak usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas kerja, baik secara struktur maupun manajemen konstruksi.

Setidaknya upaya yang dilakukan merupakan usaha untuk memperbaiki dan mencapai hasil kerja yang lebih baik. Dalam pelaksanaan suatu proyek konstruksi, semakin besar proyek yang dikerjakan maka semakin besar pula kendala yang akan dihadapi oleh perusahaan jasa konstruksi pada tahun 2019, konstruksi dengan unit bangunan modular dan prefabrikasi mulai mendapatkan lebih banyak pengikut dan penggemar di industri real estat dan konstruksi. Di gedung tempat tinggal, konstruksi modular dapat menawarkan manfaat khusus bagi para profesional dan generasi muda yang mencari perumahan baru di luar kota, di

pinggiran kota terpencil dan daerah pedesaan di mana mereka dapat menikmati kontak lebih dekat dengan alam. (<https://www.builder.id/trend-dunia-konstruksi/>)

Saat ini, mulai bermunculan perumahan bernuansa alam yang menciptakan kenyamanan dan jauh dari keramaian pusat kota. Hal tersebut kini menjadi *trend* bagi generasi muda dikarenakan nuansa tersebut memiliki manfaat yang ramah bagi lingkungan. Selain itu, pemilihan model, bahan, dan *finishing* juga menjadi faktor penentu.

Tempat tinggal pada umumnya selain menjadi tempat untuk tempat beristirahat juga harus mengutamakan kesan estetik dan nyaman. Hal tersebut mendukung para konstruksi untuk menciptakan tempat tinggal yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Pada aplikasi MITULA *property* tercatat 343 rumah dijual di daerah Lumajang tersebar (<https://rumah.mitula.co.id/rumah/perumahan-lumajang>).

Dalam pelaksanaan pembangunan sebuah hunian nilai estetika dan kenyamanan adalah patokan utama dalam melakukan pembangunan. Salah satu komponen yang harus kita perhatikan dalam mendesain rumah adalah cat rumah. Cat akan membuat rumah kita menjadi lebih hidup dan berkarakter. Cat adalah produk yang digunakan untuk melindungi dan memperindah (*Protective & decorative*) suatu objek atau permukaan dengan melapisinya menggunakan suatu lapisan berpigmen maupun tidak berwarna (Pernis) (www.wikipedia.com). Pada intinya, cat memiliki fungsi menambah nilai keindahan dan estetika ruangan.

Cat memiliki banyak jenis, kegunaan, dan fungsi yang berbeda, dewasa ini cat memiliki penggolongan sesuai dengan media pengecatan meliputi cat kayu, cat

tembok, cat genting dan cat plafon. Cat mengalami perkembangan berdasarkan fungsi dan kegunaan memicu banyak persaingan perusahaan cat. Cat tembok awalnya hanya berfungsi memperindah ruangan mulai berkembang dengan produk berkualitas dan ramah lingkungan. Terobosan baru cat tembok yaitu memiliki 2 jenis *interior* / *exterior*. Cat tembok jenis *interior* memiliki fungsi untuk dalam ruangan sedangkan cat tembok *exterior* memiliki fungsi untuk melindungi dinding luar.

Permasalahan dinding yang mendasar dalam pembangunan berdasarkan survei pra penelitian adalah pengelupasan yang disebabkan suhu *extream*, dinding retak karena terpapar panas matahari secara langsung, dinding lembab karena kualitas dasaran tembok yang buruk, dinding berjamur karena suhu kelembaban yang terlalu tinggi dan dinding bergelembung.

Anti alkali adalah cat dasar untuk mengurangi penyerapan air dan uap air pada permukaan alkali, melindungi dari jamur, kerusakan pada beton dan perubahan warna. Banyaknya produk serupa membuat PT Indaco dengan produk TOP SEAL anti alkali kualitas premium mulai menyebar keseluruh pasar perdagangan bangunan.



Gambar 1.1. Keunggulan Cat TOP SEAL

Sumber : www.solopos.com

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa cat TOP SEAL merupakan cat pelapis anti bocor dan anti alkali yang ramah lingkungan yang memiliki sifat elastis, kedap air, dan tahan cuaca sehingga cocok digunakan pada permukaan tembok, genteng/talang, beton, asbes galvanis/seng, dan permukaan terakota. Keunggulan cat TOP SEAL memiliki lapisan karet lebih banyak, sehingga lebih kuat dibandingkan dengan cat anti alkali lainnya. TOP SEAL dapat menyelesaikan masalah tembok juga dan kebocoran, lapisan karet yang kuat dapat menutup kebocoran yang terjadi pada atap rumah maupun asbes, pilihan warna yang ditawarkan lebih banyak sangat menarik, dan tidak hanya memberi pilihan warna standar. Selain itu, pengaplikasian TOP SEAL sangat mudah dengan menggunakan campuran air saat akan melakukan pengecatan mempermudah pelanggan dalam pengaplikasian juga menghemat pengeluaran renovasi dalam tanda kutip dapat membantu menekan nominal yang harus dikeluarkan. TOP

SEAL juga mengajarkan *tips and trick* untuk pengecatan di area tembok yang sakit atau pada plafon bocor akibat lubang halus dan hujan. PT Indaco juga member fasilitas *printing color* demi memudahkan konsumen mendapatkan kenyamanan dalam memilih warna dan menyesuaikan harga. (www.indaco.id). Dengan demikian, perilaku konsumen dapat digunakan sebagai alat untuk melihat peluang baru yang timbul ataupun untuk mengantisipasi persaingan yang sedemikian ketatnya dalam pemilihan cat demi mempertahankan dan mampu berkembang demi menjaga tingkat kepuasan konsumennya. Berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen. Salah satunya adalah dengan selalu meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen tersebut dalam melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh pemasar karena merupakan salah satu faktor pemasar dalam memasarkan produk kepada konsumen. Menurut Olson dan Sahir, et al (2016) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Memahami apa yang dicari atau diinginkan konsumen merupakan salah satu perhatian utama pemasar, sehingga mereka mau membeli apa yang ditawarkan pemasar. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut adalah kualitas produk, harga, dan *Word of Mouth*.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) merupakan apa yang diperagakan suatu produk sesuai fungsinya, hal itu seperti keseluruhan ketepatan, kemudahan, durabilitas, reliabilitas, pengoperasian, dan reparasi produk dan atribut lainnya. Kualitas produk menjadi pertimbangan sebelum melakukan pembelian karena spesifikasi barang akan diperhitungkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Dalam pertimbangan pembeli akan mengecek ulang informasi yang dia terima sebelum membeli dan membandingkan dengan barang lain yang memiliki nilai fungsi sama dan akan dipilih yang dirasa kualitas terbaik, hal ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Wibisono (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” dengan hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Indikator yang mempunyai skor tertinggi pada variabel kualitas produk adalah indikator estetika produk. Hubungan indikator ini dan produk yang menjadi bahan peneliti secara singkat adalah kualitas dari produk cat TOP SEAL yang mana merupakan produk terobosan baru memiliki kualitas seperti ketahanan warna, lapisan tidak mudah bocor, tidak mudah mengelupas dan menyediakan beberapa size menjadi pertimbangan yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Kotler & Armstrong (2013, hal. 151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau

jasa tersebut. Harga memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan keputusan pembelian, diaman keterjangkauang dari nominal yang tertera akan membuat pembeli membandingkan dengan spesifikisasi dan fungsi, hal ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Fahrezzy (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus” dengan hasil harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk *Word of Mouth*. Menurut Sumardy dan Melone (2011) dalam Nurlatifah(2017:165), *Word of Mouth* diartikan sebagai tindakan penyediaan informasi oleh konsumen kepada konsumen lain. *Word of Mouth* sangat mempengaruhi keputusan pembelian karena memiliki nilai positif dalam usaha penerapan strategi marketing. Hal ini didukung oleh penelitian Pamungkas (2016) dengan judul “Pengaruh Promosi Di media Sosial dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang)”. Strategi yang berkaitan dengan promosi melalui media sosial dan WOM yang baik akan dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dibeli.

TOP SEAL merupakan produk yang menjadi TOP BRAND pada lokasi yang akan saya teliti. Dan mendapat posisi ke 10 pada survey seJawa Bali sebagai produk terlaris dan ramah lingkungan pada tahun 2018. Dapat dilihat dari berbagai fasilitas yang diberi untuk membantu promosi (spanduk, kaos friendship, banner, dan pengecatan pintu toko) untuk memperjelas kerjasama keduanya. TOP SEAL mengimbangi harga pasar sesuai dengan standar barang dan kemampuan

beli konsumen untuk menjangkau kalangan bawah TOP SEAL menyediakan varian *size* dengan varian harga sesuai kebutuhan.

www.larantukagypsum.com/2018

Kualitas yang ditawarkan TOP SEAL selaras dengan harga, lapisan karet anti jamur, anti bocor, dan anti alkali ini ditandai dengan produk yang mengkilat setelah pengecatan, produk yang kental dan tekstur padat dapat menjangkau lubang penyebab kebocoran. Masalah rumah berupa kebocoran atap dan hal hal serupa juga dapat diatasi dengan TOP SEAL. Semakin berkembang TOP SEAL juga menawarkan warna yang beraneka, tidak hanya warna basic (Hitam, Abu abu, putih, biru gelap).

Dalam pemasaran produk TOP SEAL memfasilitasi toko berupa banner, papan nama, pengecatan pintu dengan logo TOP SEAL, juga spanduk untuk *sponsorship* apabila ada *event* pada daerah tersebut dan membawa nama toko. Selain itu, toko diberi testimoni berupa plat katalog yang dicat untuk lebih memudahkan toko melakukan penjelasan fungsi dan kualitas secara lisan.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka terdapat pokok pikiran yang akan dijadikan sebagai batasan masalah penelitian ini yaitu :

1. Peneliti menganalisis manajemen pemasaran dari produk TOP SEAL (cat pelapis anti bocor).
2. Peneliti menganalisis persepsi konsumen tentang kualitas , harga dari produk yang ditawarkan TOP SEAL (cat pelapis anti bocor).

3. Responden penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian TOP SEAL (cat pelapis anti bocor).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka terdapat pokok masalah yang akan dijadikan sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian TOP SEAL (cat pelapis anti bocor)?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada TOP SEAL (cat pelapis anti bocor)?
3. Apakah *Word of mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada TOP SEAL (cat pelapis anti bocor)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka terdapat pokok masalah yang akan dijadikan sebagai tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang terhadap terhadap Keputusan Pembelian pada TOP SEAL (cat pelapis anti bocor).
2. Untuk mengetahui pengaruh harga yang terhadap terhadap Keputusan Pembelian pada TOP SEAL (cat pelapis anti bocor)
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* yang terhadap terhadap Keputusan Pembelian pada TOP SEAL (cat pelapis anti bocor)

1.5 . Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang terkait. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan menguji pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga produk, *word of mouth* dan keputusan pembelian, sehingga diketahui hasilnya dapat memperkuat atau melemahkan antar *variable*.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai kualitas produk, harga dan *word of mouth* sebagai acuan tambahan dalam merumuskan strategi pemasaran kedepannya terhadap perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pembelajaran dunia praktis sebelum masuk dalam dunia bisnis dan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (Program Setara 1 di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang) juga dapat menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran mengenai kualitas produk, harga dan *word of mouth*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai kajian ilmu dan tambahan informasi mengenai pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi konsumen.

Untuk member informasi , masukan tambahan dan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan *word of mount* agar lebih tepat dalam mengambil keputusan.

