

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang masalah**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami perubahan dan perkembangan yang dinamis ditandai dengan semakin kompetitifnya persaingan dunia bisnis yang menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, Untuk itu berbagai usaha yang dilakukan perusahaan agar dapat bertahan di tengah-tengah persaingan tersebut dengan menampilkan berbagai tugas pemasaran, mulai dari menarik perhatian, menjelaskan produk, hingga membuat penjualan. Pemasaran ini merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan baik perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam upaya mempertahankan keberlangsungan usahanya untuk tetap berkembang. Perkembangan pemasaran ini dapat dikategorikan berada dalam persaingan yang saling menekan antara satu perusahaan dengan lainnya.

Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang dilakukan. Salah satu yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran yaitu dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen. Terlebih lagi bagi perusahaan yang mempunyai kesamaan dalam

memproduksi suatu produk, dalam hal ini perusahaan harus memahami perilaku pembelian konsumen.

Perilaku pembelian seseorang disebabkan oleh beberapa faktor, karena setiap orang memiliki sikap dan preferensi yang berbeda-beda sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga akan berbeda-beda. Sebagai produsen, perusahaan perlu memahami kebutuhan konsumen dengan cara melihat sikap dan perilaku dari konsumen dalam menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada saat ini yang paling diinginkan dan diimpikan oleh kalangan masyarakat yaitu dengan membangun rumah dan jelas memerlukan tambahan perlengkapan untuk menunjang keamanan, karena yang kita tahu dari tahun ke tahun sering terjadi peristiwa atau kejadian-kejadian yang tidak diinginkan dikalangan masyarakat. Diantaranya seperti kasus pencurian/perampokan, penyusupan, dll. Kejadian-kejadian tersebut sangat meresahkan dan merugikan masyarakat. Demi melindungi diri dan meningkatkan keamanan aset/rumah agar terhindar dari adanya peristiwa tersebut, konsumen mencari informasi untuk mengambil keputusan pembelian khususnya yang bergerak dalam bidang jasa, salah satu usaha yang menjanjikan adalah dibidang pengelasan termaksud bengkel las yang ada di gorontalo.

Dengan banyaknya bengkel las di gorontalo, salah satu produk untuk meningkatkan keamanan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen seperti pembuatan pagar dan juga tralis jendela/pengaman jendela. Adapun produk yang paling diminati masyarakat seperti kanopi, pintu besi, pintu pagar

atau gerbang, dll. Produk pengelasan yang mulanya hanya untuk meningkatkan keamanan juga dimanfaatkan untuk menambah keindahan pada bangunan rumah. Kini besi yang bisa di las menjadi tralis, pagar, juga bisa dibuat menjadi barang substitusi dengan dibentuk menjadi berbagai macam interior rumah seperti ayunan, balkon, rak bunga, dan berbagai macam interior lainnya yang mampu mempercantik rumah. Dengan begitu konsumen dengan mudah mencari informasi mengenai kualitas produk yang ingin dipesan, kisaran harga, ataupun lamanya waktu pembuatan, dan berbagai informasi lainnya. Maka konsumen memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian pada salah satu bengkel las yang ada di Gorontalo. Salah satu bengkel las yang ada di Gorontalo adalah bengkel las “Rahmat Jaya” yang beralamat di Jl. Banjar, kampung bugis. Bengkel las ini sendiri mempunyai pesaing lainnya seperti Bengkel las Anissa yang beralamat di Jl. Sapta Marga, Bengkel las Mas marno, Jl. Lotu, dll. Dengan persaingan tersebut, maka keputusan konsumen untuk mengelas barangnya menjadi bervariasi, sehingga berdampak jumlah pelanggan dan pendapatan Bengkel las rahmat jaya.

Dalam menghadapi hal ini maka Bengkel las rahmat jaya harus memperhatikan kegiatan pemasaran dan kegiatan produksinya supaya bisa mendorong penjualan melalui keputusan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (2012) “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah”.

Dalam hal ini mengambil keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang di hadapi, alternatif yang di tetapkan merupakan keputusan. Adapun indikator keputusan pembelian menurut Tjiptono (2012), terdiri atas:

- 1). nilai emosional, yang berasal dari perasaan atau emosi positif yang timbul dalam mengkonsumsi produk, jika konsumen mengalami perasaan positif pada saat membeli atau menggunakan suatu merek atau produk, maka merek atau produk tersebut memberikan nilai emosional.
- 2). nilai sosial, merupakan nilai yang dianut oleh suatu konsumen, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh konsumen.
- 3). nilai kualitas, yaitu utilitas yang di dapat dari produk karena reduksinya biaya jangka pendek dan jangka panjang.
- 4). nilai fungsional, adalah nilai yang diperoleh yang berkaitan langsung dengan fungsi yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen.

Dalam sebuah bisnis dibidang pengelasan, keputusan pembelian akan tercipta apabila pelaku usaha atau karyawan mampu memberikan kualitas produk terhadap kebutuhan konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Kualitas produk ini sendiri menjadi faktor yang penting dalam penentu keputusan pembelian konsumen, ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam

mengonsumsi suatu produk. Dalam perencanaannya produk yang dihasilkan harus sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen yang dimana kualitas produk harus baik dalam hal mutu, model dan desain produknya.

Kualitas produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, adapun indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2001), terdiri atas: 1) kinerja 2) keistimewaan tambahan 3) kehandalan 4) kesesuaian dengan spesifikasi 5) daya tahan 5) estetika. Selain memberikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kepada konsumen. “Harga merupakan penentu keuntungan atau laba perusahaan, penentu tarifnya dipengaruhi oleh tingkatan tinggi rendahnya biaya produksi suatu produk” (Ginting N, 2011:142).

“Harga merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Salah satu dasar dari pengambilan keputusan pembelian jasa adalah pertimbangan atas harga”. menurut Saladin (2008:95) (dalam Jackson R.S. Weenas 2013) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk. bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal hal teknis pada keputusan pembelian, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa. Kenyataan menunjukkan bahwa saat ini harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi atas keputusan pembelian yang

dilakukan. Adapun indikator dari harga menurut. Adapun indikator persepsi harga menurut Kotler dan Armstrong(2012) , 1). Keterjangkauan harga. 2). harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga 3). kesesuaian harga dengan kualitas produk 4). kesesuaian harga dengan manfaat.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan Kodu (2013) menyatakan bahwa “Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena harga dan kualitas produk merupakan persepsi konsumen akan kesesuaian antara kualitas, harga dan produk atau jasa atas kepuasan akhir yang didapatnya.”

Semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan rasa aman dan juga kemajuan sarana dan prasarana di gorontalo menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian di bengkel las Rahmat Jaya. Adapun alasan konsumen melakukan pembelian jasa di bengkel las Rahmat Jaya konsumen yang sudah berlangganan harga bisa ditawar-menawar, produk diantar sesuai dengan pesanan, pemasangan gratis. Berdasarkan Observasi awal pada bengkel las Rahmat Jaya data penjualan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Berikut ini data penjualan bengkel las Rahmat Jaya.

**Tabel 1.1 Daftar harga penjualan di Bengkel las Rahmat jaya**

<b>Produk</b>	<b>Jenis produk</b>	<b>Jarak</b>	<b>Harga</b>
Pagar	Minimalis	Ukuran permeter	Rp. 350.000 - Rp.400.000
	Klasik	Ukuran permeter	Rp. 425.000 - Rp. 625.000
Canopy	Besi Galvanis	Ukuran Hollow 4x6 & Fiber No 1	Rp. 500.000
	Aluminium	Ukuran permeter	Rp.400.000 - Rp. 625.000
Railing Tangga	Railing tangga lurus	Ukuran permeter	Rp. 325.000 - Rp. 425.000
	Railing tangga putar	Ukuran tinggi 4 meter	Rp. 3.475.000 - Rp. 4.475.000
Pintu	Per Unit	Ukuran Permeter	Rp. 300.000 s/d 500.000
	Pintu Folding Gate	Ukuran PerMeter	Rp. 500.000 - Rp.800.000
	Pintu Henderson	Ukuran Per Meter	Rp. 800.000 - Rp.1.500.000
	Pintu Besi	Per Pintu	Rp.1.500.000 - Rp. 2.500.000
	Pintu besi Minimalis	Per Pintu	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000
	Pintu Rolling Door	Ukuran Per Meter	Rp. 800.000 - Rp. 1.500.000
Atap Baja	Atap baja	Ukuran Permeter	Rp. 175.000 -

	ringan		Rp.250.000
Alumunium	Kusen alumunium	Ukuran permeter	Rp. 70.000 – Rp.170.000
	Jendela alumunium	Per Unit	Rp. 450.000 – Rp.750.000
	Pintu Alumunium	Per Unit	Rp. 1.200.000 – Rp.2.000.000
Stainlees	Balkon/reling stainlees	Ukuran permeter	Rp.650.000 s/d 1.200.000
	Pagar, Gerbang/pintu	Ukuran permeter	Rp. 1.200.000 s/d 2.000.000

Pada tabel 1.1 berisi tentang Daftar harga penjualan di Bengkel Las Rahmat Jaya. Dimana keputusan pembelian produk Bengkel las Rahmat Jaya dipengaruhi oleh kualitas produk, dan harga. Dari segi produk Bengkel las Rahmat Jaya ini memiliki kualitas yang tinggi dan disejajarkan dengan harga, dan dari segi harga sendiri produk yang ditawarkan Bengkel las Rahmat Jaya bervariasi dan dilihat dari tingkat kemeteran dan kesulitan produk las yang dibuat. Adapun data penjualan dari tahun 2017 s/d 2019



**Tabel 1.2 Data penjualan periode 2017 s/d 2019**

Produk	Penjualan/unit terjual		
	2019	2018	2017
Pagar	12	11	11
Canopy	7	7	6
Railing tangga	6	7	6
Pintu	13	12	12
Atap baja	9	7	7
Alumunium	9	8	9
Stainlees	7	8	8

Meskipun dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Akan tetapi peneliti masih mendapati konsumen yang merasa kecewa dengan kualitas produk yang dihasilkan oleh bengkel las seperti warna cet tidak sesuai dengan permintaan pelanggan, hasil dari pengelasan tidak kuat sehingga mudah patah, waktu pembuatan tidak sesuai dengan awal pembicaraan selain itu menurut pengamatan kebanyakan konsumen ingin harga yang murah tetapi ingin mendapatkan kualitas produk yang baik. Untuk itu bengkel las harus tetap memperhatikan kegiatan pemasaran dan kegiatan produksinya supaya bisa mendongkrak penjualan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penulis akan

mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian dengan judul  
**“pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian  
di bengkel las Rahmat Jaya”**

## **1.2 Identifikasi masalah**

1. Produksi pada bengkel las rahmat jaya kadang menurun dikarenakan adanya konsumen yang merasa tidak senang dalam membeli produk karena kurang puas dengan produk bengkel las rahmat jaya.
2. Pendapatan dari tahun ketahun mengalami peningkatan akan tetapi masih ada konsumen yang megkritik soal kualitas produk berupa desain yang dibuat terlalu biasa-biasa saja dan menurunkan nilai kebanggaan dari konsumen yang menggunakan produk tersebut.
3. Kebanyakan konsumen ragu untuk membeli produk karena masih membandingkan kualitas produk di bengkel las rahmat jaya dengan tempat lain.
4. Setelah membeli produk terkadang konsumen mengeluh produk yang dibeli tidak berfungsi semaksimal mungkin, seperti produk *rolling* tangga dimana pegangan untuk menaiki tangga kadang goyang.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya.

### **1.4 Tujuan penelitian**

Adapaun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di bengkel las rahmat jaya.

## 1.5 Manfaat

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta memperluas pola pikir dalam bidang pemasaran, terutama mengenai kualitas produk, harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Memberikan tambahan informasi mengenai manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan penelitian penulis.

3. Bagi peneliti lain.

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.