

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era industrialisasi modern sekarang ini banyak berkembang perusahaan-perusahaan baru, seperti perusahaan yang bergerak dibidang makanan, minuman, farmasi, elektronik, tekstil, *furniture* dan perusahaan lainnya yang harus bersertifikat *International Standardization for Organization* (ISO). Dalam hal ini seperti ISO 9001: 2008 tentang standar kualitas/ mutu. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan persaingan dalam menghasilkan produk yang bermutu dan memiliki manfaat bagi penggunanya. Maka perusahaan harus memiliki fasilitas-fasilitas bangunan yang sesuai standar ISO yang telah ditetapkan, salah satunya memiliki ruang produksi dengan lantai yang *higienis*, bersih, indah, tidak ada sambungan antara keramik lantai, yang dapat menjadi tempat bertumbuhnya jamur dan bakteri.

Seiring dengan permintaan kebutuhan perusahaan-perusahaan tersebut, maka terbuka peluang bagi perusahaan-perusahaan kontraktor yang bergerak dalam bidang jasa *epoxy floor coating*, salah satunya adalah CV. Berkat Anugerah Mandiri yang berkantor di Surabaya sebagai perusahaan kontraktor yang bergerak dalam bidang jasa *epoxy floor coating* merek GECKO telah berhasil mengaplikasikan sistem ini dengan sukses. Pada tabel 1.1 menunjukkan hasil proyek *epoxy floor*

coating merek GECKO yang telah dikerjakan oleh CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya pada perusahaan manufaktur (makanan, minuman, elektronik, dan *furniture*) di divisi *processing areas*, *mixing areas*, *rotating areas*, *mechanical warehouse*, *raw material warehouse* dalam waktu satu tahun terakhir.

Tabel 1.1
Hasil Proyek Epoxy Floor Coating
merek GECKO CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya

No.	Perusahaan	Kota	Volume (m ²)
1	Yamaha Music	Pasuruan	11.000
2	PT. Ultra Prima Abadi (Orang Tua Group)	Surabaya	6.500
3	PT. Jamu Borobudur	Semarang	5.500
4	Holland Bakery	Surabaya	4.200
5	PT. Garuda Food	Gresik	4.000
6	PT. Santos Jaya Abadi	Sepanjang	3.000
7	PT. Wonokoyo	Banjarmasin	2.600
8	PT. Wismilak	Gresik	900
9	PT. Massindo Solaris Nusantara (Comforta)	Krian	600
10	PG. Rejoagung	Madiun	450
11	PG. Krobot	Malang	400
12	PT. Sampoerna, Tbk	Pandaan	300
13	PT. Scandinavian Tobbaco	Pasuruan	220
14	PT. Gudang Garam, Tbk	Kediri	200
15	PT. Silicas	Pasuruan	200
16	PT. Sorini Argo Asia	Pandaan	200

Sumber: Data primer diolah, (2015).

Termotivasi oleh kesuksesan mengaplikasikan sistem *epoxy floor coating*, maka CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya selanjutnya mengembangkan bisnis ke aplikasi lain, yaitu *water proofing* pada atap bangunan dan *solvent paint metal system* pada mesin-mesin pabrik yang sering terjadi kerusakan seperti karat dan korosi yang disebabkan zat-zat

kimia yang digunakan selama proses produksi. Dalam penelitian ini membahas lebih khusus tentang jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya.

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian. Menurut Setiadi (2003: 415), keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya yaitu, kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan promosi yaitu, sebagai kontraktor yang sudah mempunyai pengalaman di bidang jasa pengerjaan *epoxy floor coating* sejak 2008, memiliki tenaga konsultan profesional yang memberikan layanan konsultasi gratis serta memberikan solusi terbaik dan tepat untuk memenuhi kebutuhan lantai yang *higienis*, bersih, indah dan tidak ada sambungan antara lantai pada keramik, memiliki tenaga *applicator* yang berpengalaman serta mengerjakan proyek selesai sesuai permintaan pelanggan.

Menurut Goetsh dan Davish (1994) dalam Tjiptono (2000: 51), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Tjiptono (2008: 95), berpendapat bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan,

diminta, dicari, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan menurut David Bood dalam Tjiptono (2002: 45), kriteria kualitas produk adalah: ketahanan produk, pertanggungjawaban produk, keamanan produk dan adanya produk-produk baru.

CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya selalu mengutamakan kualitas produk yang baik dalam setiap proyek yang dikerjakan yaitu dengan memakai produk *epoxy floor coating* merek GECKO. *Epoxy floor coating* menggunakan merek GECKO karena memiliki ketahanan kimia yang sangat bagus, memiliki *adhesi* atau kemampuan untuk merekat yang sangat kuat, memiliki ketahanan panas yang bagus, memiliki daya tahan yang sangat bagus terhadap beban berat, serta terdapat macam-macam pilihan warna sesuai dengan keinginan konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan suatu nilai yang ditawarkan oleh produsen dalam bentuk produk atau jasa kepada konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam beberapa kasus. Semakin tinggi harga maka permintaan produk atau jasa akan semakin menurun dan berbanding terbalik jika harga semakin rendah maka permintaan produk akan semakin tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2008: 72), keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang

dinyatakan pemasar. CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya dalam menawarkan jasa *epoxy floor coating* merek GECKO selalu memberikan harga yang kompetitif sesuai dengan luasan, tingkat kerusakan *concrete* dan ketebalan *epoxy* sesuai yang diinginkan pelanggan, memberikan potongan harga apabila tidak dapat menyelesaikan proyek tepat waktu. Selain kualitas produk dan harga, promosi penjualan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Promosi adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan (Kotler dan Keller, 2008: 219). Dengan promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada pelanggan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh pelanggan dan membuat pelanggan tertarik untuk mencoba akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya dalam menawarkan jasa *epoxy floor coating* merek GECKO melalui promosi dengan memberikan katalog dan sampel serta menjelaskan keunggulan-keunggulan produk *epoxy floor coating* merek GECKO, memberikan garansi satu minggu setelah proyek selesai yaitu, bebas biaya jasa pengerjaan dan bahan *epoxy* apabila terjadi kerusakan sebagian yang tidak disengaja yang diakibatkan oleh pelanggan.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya oleh Ulfah, *et al.*,(2011), dan Priyanto, *et al.*,(2012), yaitu kualitas produk,

harga dan promosi terhadap keputusan pemakaian jasa. Namun, penelitian ini memiliki variabel lain yang tergabung dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian yang dilakukan Susanto (2015), yaitu harga, produk, promosi terhadap keputusan pembelian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya. Sedangkan Ulfah, *et al.*,(2011) adalah Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Priyanto ,*et al.*,(2012) adalah Laboratorium Rumah Sakit AL Huda Genteng Banyuwangi. Responden penelitian dari Susanto (2015), adalah Pengguna laptop merek HP di kota Semarang. Penelitian ini juga memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya Daud (2013), yaitu promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan. Objek penelitian Daud (2013) berbeda dengan penelitian ini yaitu pada PT. BESS *Finance* Manado.

Berdasarkan permasalahan dan uraian sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa *Epoxy Floor Coating* Merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang muncul seperti yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floorcoating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya?
3. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya.

3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif promosi terhadap keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Bagi penelitian selanjutnya dapat menjadi referensi mengenai keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO di CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan promosi.

2. Implikasi Praktis

Bagi pimpinan CV. Berkat Anugerah Mandiri Surabaya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan jumlah pelanggan melalui perbaikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa *epoxy floor coating* merek GECKO melalui kualitas produk, harga, dan promosi.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran penelitian ini, rumusan

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori, pengembangan hipotesis, dan penelitian terdahulu yang relevan sampai dengan konsep hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini dan kerangka konseptual.

BAB III : METODA PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai desain penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan data, variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukuran, waktu dan tempat penelitian, data penelitian dan prosedur data penelitian, teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai data penelitian dan gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.