

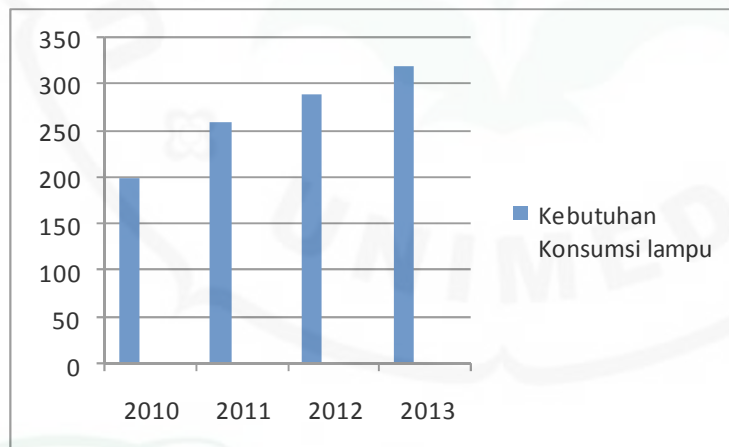
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia saat ini sangat membutuhkan Energi listrik untuk menunjang kehidupannya sehari-hari. Mulai dari aktivitas di rumah, sekolah, kantor, pabrik dan lain-lain, semua itu membutuhkan listrik. Listrik memainkan peranan yang sangat penting yakni sebagai sumber energi. Salah satu energi yang paling sering digunakan adalah energi untuk penerangan, kebutuhan akan produk lampu sebagai alat penerangan bagi masyarakat Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik berikut ini :

**Gambar 1.1**  
**Kebutuhan Konsumsi lampu**



Sumber : Kemenperin: 2014

Melihat tingginya kebutuhan pasar akan produk lampu, membuat para pengusaha tidak mau kehilangan peluang besar tersebut, mereka berlomba-lomba menciptakan produk lampu yang berkualitas sehingga dapat diterima oleh pasar. Persaingan yang semakin ketat, mendorong perusahaan agar lebih kreatif dan inovatif terhadap produk yang ditawarkan. Perbaikan kualitas

produk secara terus-menerus merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan agar tetap bertahan dan diminati konsumen.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya (Dalam sunyoto, 2013:90). Pentingnya keputusan pembelian bagi produsen merupakan hal yang perlu untuk diperhatikan, karena kegagalan menangkap informasi dari konsumen akan mempengaruhi sukses atau tidaknya penjualan produk yang mereka hasilkan.

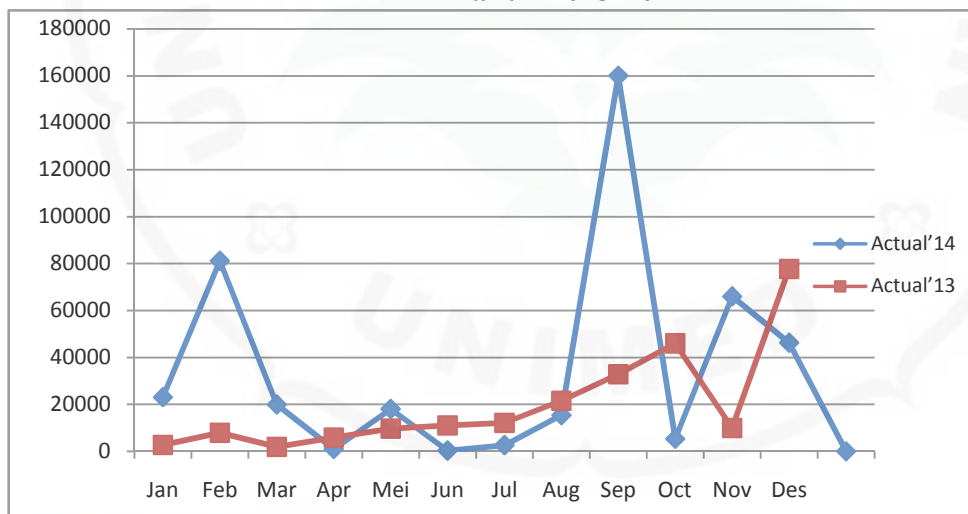
Konsumen membentuk niat untuk pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti membeli merek yang disukai, pendapatan, harga, pelayanan dan manfaat produk yang diharapkan (Kotler, 2008:181). Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2008:345). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak-ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, harga yang ditetapkan oleh suatu produk harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan pasar (Tjiptono, 2008:171).

Selain harga, atribut produk pada suatu perusahaan juga berperan penting dalam merangkul konsumen untuk melakukan pembelian. Atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Atribut

Produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya (Tjiptono:2001:103).

Philips LED (*Light Emitting Diode*) merupakan produk lampu ramah lingkungan pertama yang ada di Indonesia karena tidak mengandung *mercury* dan pertama kali diluncurkan pada tahun 2012 yang merupakan produk lampu terbaru PT. Philips Indonesia. Sebagai produk baru, lampu Philips LED selalu mengalami fluktuasi penjualan. Berikut adalah data penjualan produk lampu Philips LED pada tahun 2013-2014.

**Gambar 1.2**  
**Data Penjualan Produk Lampu Philips LED pada PT. Rajawali Nusindo**  
**Tahun 2013-2014**



Sumber : PT. Philips Tbk, cabang Medan.

Jika dilihat dari besarnya volume penjualan dari tahun 2013-2014 memang mengalami peningkatan yakni dari 238.306 unit menjadi 611.279 unit. Namun, jika dilihat lagi dari volume penjualan perbulan yang terjadi sangat fluktuatif. Pada bulan Januari, Februari, Maret 2014 penjualan mengalami peningkatan, peningkatan penjualan produk tertinggi ada pada bulan Maret sebanyak 199.170 unit. Dan pada bulan April volume penjualan mengalami penurunan yang sangat tajam menjadi 9.950 unit. Dibulan Mei-Juni peningkatan terjadi dengan landai dan dibulan

Juli kembali mengalami penurunan. Pada bulan Agustus kebulan September, volume penjualan kembali mengalami peningkatan sangat tinggi yakni dari 15.388 unit menjadi 159.954 unit dan pada Oktober terjadi lagi penurunan yang sangat tajam yakni menjadi 5.263 unit. Peningkatan volume penjualan pada bulan Maret dan September terjadi, karena pada bulan tersebut perusahaan memberikan promosi berupa potongan harga. Sedangkan penurunan yang terjadi dibulan april dan oktober perusahaan tidak lagi melakukan promosi dalam bentuk potongan harga tersebut. Kenaikan dan penurunan harga tersebut juga disebabkan factor lain yakni adanya pesaing yang menjual produk serupa, seperti Hanoch dan Khawaci.

Indikasi ketetapan harga dan daya tarik atribut produk merupakan variabel penting penyebab lampu Philips LED dibeli oleh konsumen. Dari hasil wawancara penulis kepada beberapa konsumen dan *store manager Philips* Home Centra Ringroad Medan sendiri mengakui adanya keluhan konsumen dalam membeli lampu *Philips* LED, seperti harga yang ditawarkan terlalu tinggi. Menjadikan konsumen berfikir ulang untuk membeli produk lampu *Philips* LED, sehingga konsumen memutuskan untuk beralih keproduk pesaing yang memiliki harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Selain itu adanya atribut produk seperti garansi yang diberikan sangat sulit untuk dilakukan *pengklaiman*. Sehingga membuat konsumen berfikir ulang untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas peneliti merasa tertarik untuk membuat suatu kajian penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Ring Road Medan”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga yang ditawarkan produk lampu Philips LED terlalu mahal
2. Kualitas yang ditawarkan produk lampu Philips LED kurang baik
3. Desain produk lampu Philips LED kurang menarik
4. Layanan garansi yang diberikan kurang baik
5. Ada pesaing lain yang menjual produk serupa dengan harga yang lebih murah

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah penelitian tersebut maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini pada pengaruh Harga dan Atribut Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Ring Road Medan.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Philips LED Pada Home Centra Ring Road Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Philips LED Pada Home Centra Ring Road Medan?

3. Apakah terdapat hubungan antara harga dan atribut produk dengan keputusan pembelian konsumen Produk Philips LED Pada Home Centra Medan?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Medan
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Medan
3. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara harga dan atribut produk dengan keputusan konsumen membeli Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Medan

### **1.5. Manfaat penelitian**

1. Bagi penulis sendiri, penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dalam bidang yang diteliti dan memperdalam pengetahuan.
2. Bagi Universitas Negeri Medan, untuk menambah literatur kepustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh promosi dan atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi perusahaan, sebagai tambahan informasi danm dapat dijadikan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen.
4. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan informasi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dibidang yang relevan.

