

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi yang semakin pesat saat ini di tandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa dalam bidang produksi yang pada akhirnya memacu bidang pemasaran. Dengan melihat peningkatan jumlah penduduk dan kebutuhan tempat tinggal, membuat industri properti cat di Indonesia tetap menjanjikan di tahun 2019 ini. Hal ini memberikan dampak positif terhadap industri bahan bangunan. Selain itu, permintaan kebutuhan cat juga akan naik dan memberikan peluang terhadap tumbuhnya industri cat. Industri cat di Indonesia terus berkembang sejalan dengan pertumbuhan sektor properti dan perumahan. Sektor pengguna cat ini mengalami pertumbuhan yang tinggi dalam beberapa tahun terakhir pada kisaran 20% per tahun (Bisnis Indonesia, 2018).

Hal ini memiliki arti bahwa perkembangan industri cat di Indonesia masih memiliki potensi yang menjanjikan dalam pengembangan pangsa pasar, sehingga produsen cat di tanah air saling bersaing untuk merebut pasar. Beberapa pemain di industri cat di Indonesia antara lain PT Propan Raya ICC (Propan), PT Nipsea Paint and Chemicals (Vinilex), PT Avia Avian (avitex, avian, aries), PT ICI (Dulux dan Catylac), PT Jotun Indonesia (Jotun), PT. Pabrik Cat Tunggal Djaja Indah (Paragon), PT Mowilex Indonesia (Mowilex), PT danapaint Indonesia (dana paint), dan Pasific paint Indonesia (*metrolite*).

Salah satu produk yang ditawarkan dunia usaha saat ini adalah cat tembok merek Jotun, yang merupakan produk dari PT Jotun Indonesia, PT Jotun merupakan salah satu manufaktur cat, pelapis dan *power coatings* terkemuka di dunia yang didirikan pada 1926 di Norwegia oleh Odd Gleditsch dan sudah berkiprah lebih dari 90 tahun di pasar global dan saat ini memiliki 70 perusahaan dan 36 fasilitas produksi yang tersebar di semua benua. PT Jotun juga memiliki sejumlah agen, kantor-kantor cabang, serta distributor di lebih dari 90 negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Tentunya produk jotun sudah sangat familiar di mata konsumen di dunia.

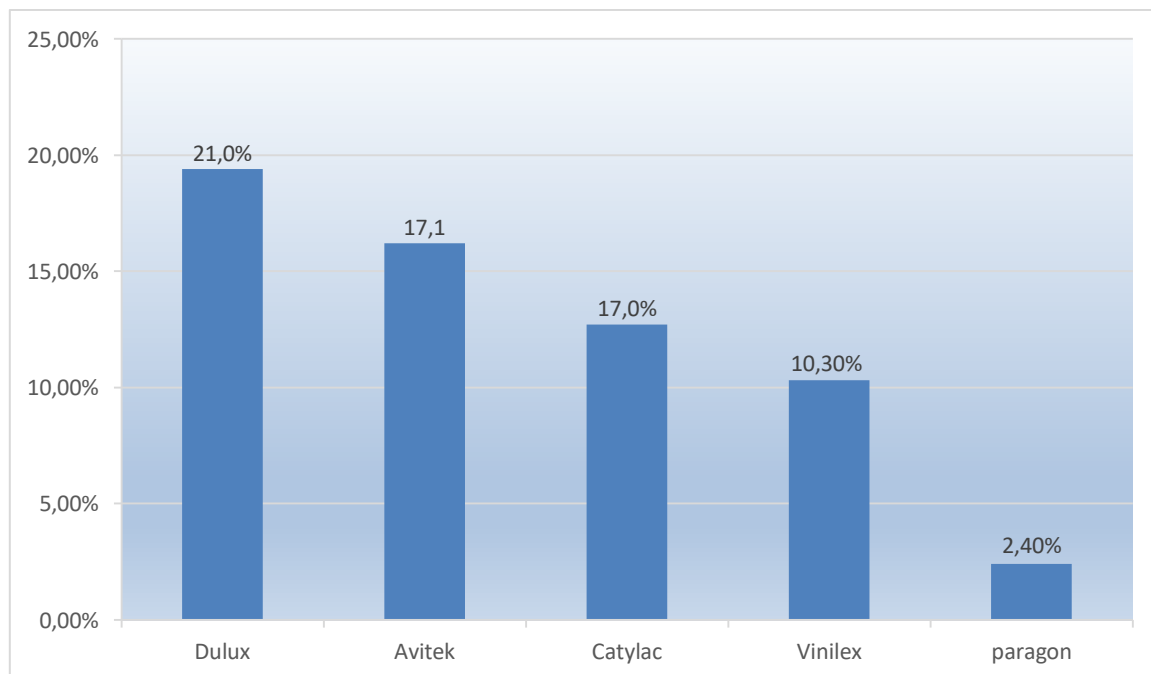
Berbagai inovasi terus dikembangkan oleh perusahaan ini. Agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap cat Jotun. Hal ini dibuktikan dengan prestasi PT jotun yang mendapatkan sejumlah penghargaan, seperti predikat green label, Dikutip dari *Kompas.com* yang menyatakan bahwa banyak produk Jotun yang mendapatkan predikat *green label* karena memiliki kandungan yang aman. Produk tersebut 100% bebas APEO, *formaldehida*, dan logam berat sehingga termasuk ke dalam *Green Product* (Sesuai dengan Sertifikasi *Singapore Green Label*).

Bahkan peneliti kutip dari laman *Coatingsworld.com* yang melakukan analisis dan kajian sangat komprehensif pada tahun 2018 tentang Daftar Perusahaan Cat Terbaik di Dunia, PT jotun termasuk salah satu dari 11 perusahaan dengan produk cat terbaik didunia, mengalahkan para pesaingnya diIndonesia, seperti PT Propan Raya, PT Nipsea Paint and Chemicals PT Avia Avian, yang tidak masuk dalam daftar 70 perusahaan cat terbaik di dunia. Tentu tidak diragukan lagi kualitas dari produk buatan PT jotun Indonesia. Selain itu, harga dari cat jotun sangat terjangkau sehingga memudahkan konsumen kalangan menengah kebawah untuk menikmati setiap manfaat dan kualitas dari produk ini. Melihat peluang y

ang ada, PT Jotun sangat berpotensi untuk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen di Indonesia pada produk ini, dan menguasai pangsa pasar di Indonesia.

Namun, seiring dengan gencarnya PT Jotun Indonesia dalam meningkatkan inovasi, kualitas dan mutu terhadap produknya. Ternyata hal itu belum mampu membuat cat Jotun menguasai *market share* di Indonesia, hal ini dibuktikan pada gambar berikut ini:

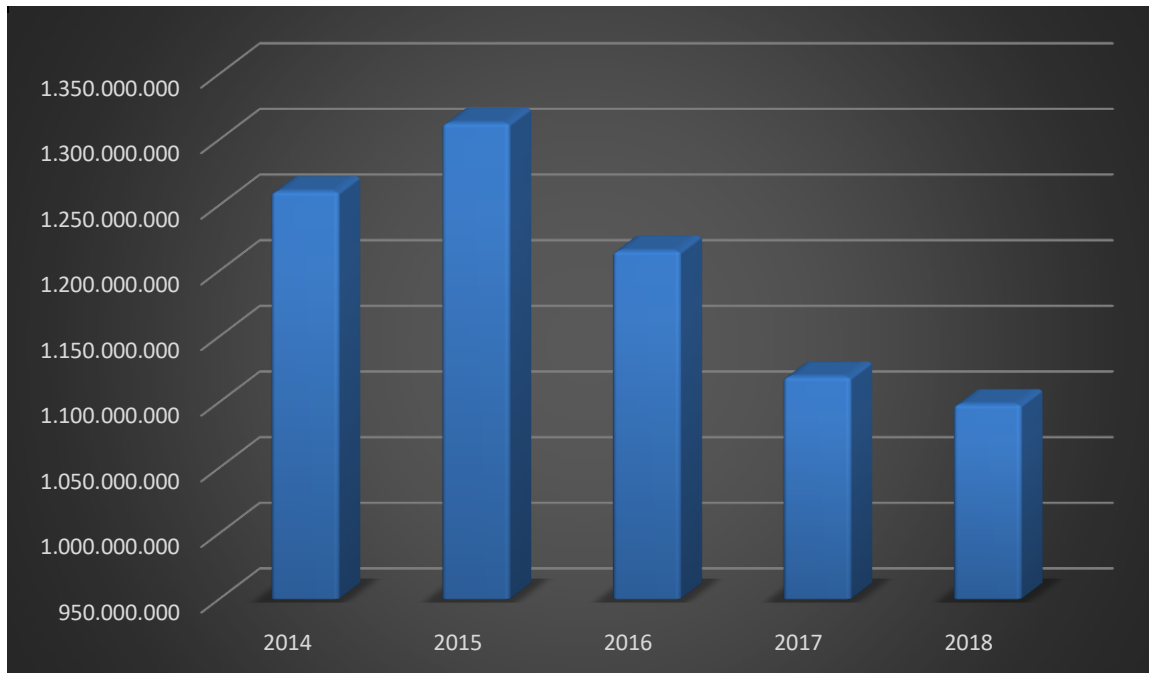
**Grafik 1. 1**  
**Pangsa Pasar Industri Cat di Indonesia Tahun 2019**



Sumber : Top Brand Indeks(2019)

Pada grafik di atas menunjukkan bahwa Cat tembok Jotun tidak masuk ke dalam daftar 5 *Top Brand* produk cat terbaik di Indonesia yang telah dirilis oleh *Top Brand Indeks* pada tahun 2019 dengan Cat tembok Dulux yang berhasil menguasai *market share* di Indonesia, yaitu sebesar 21,0 %.

**Grafik 1.2**  
**Penjualan Cat Jotun Di Kota Padang**



*Sumber: PT Jotun Indonesia perwakilan padang (2019)*

Berdasarkan grafik diatas, diketahui bahwa di tahun 2014, perusahaan memperoleh pendapatan dari hasil penjualan sebesar Rp. 1.260.572.080, tahun 2015 terjadi peningkatan , naik menjadi Rp. 1.312.678.430, kemudian di tahun 2016 perusahaan memperoleh pendapatan penjualan sebesar Rp. 1.215.324.274, selanjutnya di tahun 2017 sebesar Rp. 1.119.418.868, dan di tahun 2018 sebesar Rp. 1.098.471.753, terjadinya penurunan penjualan Cat tembok merek Jotun dalam tiga tahun terakhir, yaitu 2016 sampai 2018.

**Tabel 1.1**  
**Data Survei Awal**  
**Keputusan Pembelian Ulang Cat Jotun**  
**di Kota Padang**

No	PERNYATAAN	YA	TIDAK	(%) YA	(%) TIDAK
1	Merek Jotun sangat dikenali dan memiliki daya Tarik	12	18	40	60
2	Jotun merupakan merek cat yang populer bagi masyarakat	14	16	47	53
3	Jotun memiliki kualitas produk yang lebih unggul dari para pesaing	8	22	27	73
4	fitur warna yg dimiliki jotun sangat banyak dan bervariasi	24	6	80	20
5	Berminat untuk melakukan pembelian ulang terhadap cat tembok jotun	11	19	37	63
6	Merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli cat tembok jotun	13	17	43	57

*Sumber: Survei Awal*

Berdasarkan dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa, pada item pernyataan pertama, responden lebih banyak memilih "TIDAK", yaitu sebanyak 18 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 60 %.

Selanjutnya pada pernyataan kedua, responden lebih banyak memilih "TIDAK", yaitu sebanyak 16 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 53%. kemudian pada pernyataan ketiga, responden lebih banyak memilih "TIDAK", yaitu sebanyak 22 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 73%. Hal yang berbeda peneliti dapatkan pada pernyataan keempat, responden lebih banyak memilih "IYA", yaitu sebanyak 24 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 80%. Kemudian pada pernyataan kelima, responden lebih banyak memilih "TIDAK", yaitu sebanyak 19 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 63%. Dan pada pernyataan keenam, responden lebih

banyak memilih “TIDAK”, yaitu sebanyak 17 responden dari total 30 responden dengan persentase sebesar 57%.

Jika dilihat dari permasalahan yang ada, peneliti perlu melakukan sebuah penelitian mengenai analisa penyebab cat tembok merek Jotun kurang diminati di Indonesia, dan mengalami penurunan pendapatan dalam tiga tahun terakhir.

Dale (2003), menyimpulkan beberapa hasil survey yang terfokus pada persepsi arti pentingnya kualitas produk dan jasa, diantaranya: persepsi publik atas kualitas produk dan jasa yang semakin luas, meningkatnya pandangan dan peran manajemen puncak, kualitas tidak dapat dinegosiasikan (*quality is not negotiable*), kualitas meliputi semua hal (*quality is all-pervasive*), kualitas meningkatkan produktivitas, kualitas mempengaruhi kinerja yang lebih baik pada pasar, kualitas berarti meningkatkan kinerja bisnis, Biaya non kualitas yang tinggi, konsumen adalah raja, kualitas adalah pandangan hidup (*way of life*).

Brand Image juga memiliki peran penting, bahwa dengan kemampuan mengingat dan keyakinan yang dimiliki mengenai brand, calon pembeli tentu ingin mencoba produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Roslina, 2010). Kotler dalam (Sentot Imam wahjono,2010:18) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Hal ini perlu di analisa lebih lanjut mengenai pengaruh citra merek pada cat jotun terhadap Keputusan pembelian ulang konsumen, menyangkut kondisi market share cat jotun yang belum mampu menguasai pasar Indonesia meskipun telah menjadi salah satu dari 11 produk cat terbaik di Dunia.

Menurut Usman dan Arnando, 2007 (dalam Journaiti, 2017) pembelian ulang dapat diartikan sebagai tindakan membeli lagi setelah pembelian pertama atau trial. Pembelian ulang

hanya akan terjadi bila konsumen telah melakukan trial. Oleh karena itu penting bagi pengecer untuk meyakinkan konsumen bahwa trial yang telah dilakukan memberikan manfaat bagi dirinya sehingga konsumen tersebut merasa senang dan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang pada masa yang akan datang.

setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan konsumen akan memperoleh beberapa manfaat pokok yaitu reputasi perusahaan yang makin positif dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan yang memungkinkan bagi perusahaan, meningkatkan keuntungan, harmonisnya hubungan perusahaan dengan pelanggannya, serta mendorong setiap orang dalam perusahaan untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik (Tjiptono, 2007 (dalam putri dan utomo, 2017))

Berdasarkan uraian di atas, maka hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAT TEMBOK MEREK JOTUN DI KOTA PADANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kepada latar belakang masalah yang dijelaskan, peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan yang akan dibuktikan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang cat Jotun di Kota Padang?
- b. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada cat Jotun di Kota Padang?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada cat Jotun di Kota Padang?
- d. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan konsumen pada cat Jotun di Kota Padang?
- e. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada cat Jotun di Kota Padang?
- f. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada cat Jotun di Kota Padang?
- g. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada cat Jotun di Kota Padang?



### 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang
- b. Untuk menganalisis Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang
- c. Untuk menganalisis Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
- d. Untuk menganalisis Pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan konsumen
- e. Untuk menganalisis Pengaruh kepuasan konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang
- f. Untuk menganalisis Pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang
- g. Untuk menganalisis Pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas manfaat yang akan di capai dalam penelitian ini antara lain:

#### 1. Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan, evaluasi dan tambahan informasi dalam proses pengambilan kebijakan bagi perusahaan.

#### 2. Akademis

Dari penelitian ini bisa menjadi acuan dan referensi untuk penelitian yang akan datang serta dapat dijadikan acuan dalam mengevaluasi serta meningkatkan penjualan cat Jotun di Kota Padang.