

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan perlampuan bermula pada puluhan abad yang lalu dari suatu penemuan manusia yang membutuhkan penerangan untuk malam hari dengan cara menggosok-gosokan batu hingga mengeluarkan api. Kemudian dari api dikembangkan dengan membakar benda-benda yang mudah menyala hingga membentuk sekumpulan cahaya dan seterusnya sampai ditemukan bahan bakar minyak dan gas yang dapat digunakan sebagai bahan penyalan untuk lampu obor, lampu minyak maupun lampu gas.

Teknologi berkembang terus dengan ditemukannya lampu listrik oleh Thomas Alpha Edison pada tanggal Dua Puluh Satu (21) bulan Oktober tahun 1879 di laboratorium Edison-Menlo Park, Amerika. Prinsip kerja dari lampu pijar temuan Thomas Alpha Edison ini adalah dengan cara menghubungkan singkatkan listrik pada filamen carbon sehingga terjadi arus hubung singkat yang mengakibatkan timbulnya panas. Panas yang terjadi dibuat mencapai suhu tertentu agar filamen carbon tersebut berpijar dan mengeluarkan cahaya. Besarnya arus cahaya yang dihasilkan pada saat itu baru mencapai tiga (3) Lumen/Watt.

Kemudian sekitar tahun 1910 muncul lampu – lampu dengan kawat pijar metal dari bahan osmium, tantalium, dan kemudian menyusul kawat pijar jenis wolfram. Pada mulanya bola lampu pijar ini dikosongkan udaranya sehingga disebut dengan lampu vakum. Kemudian pada tahun 1913 lampu pijar tersebut lebih dikembangkan lagi dengan mengisikan gas mulia, yaitu argon atau nitrogen dengan tekanan satu (1) Atm, untuk membantu mendinginkan kawat pijarnya. Selanjutnya “Long Mulir” seorang Amerika menciptakan kawat pijar yang berbentuk spiral. Pada tahun 1960 dibuat pula lampu yang dikenal dengan nama Supralux, lampu ini sama seperti lampu Argenta, hanya bagian bawah bolanya diburamkan.

Dengan makin berkembangnya jaman model dari lampu ini yang awalnya sangat terlihat rumit lalu terus di kembangkan oleh generasi berikutnya hingga semakin modern seperti sekarang dan contohnya mungkin sudah banyak jenis lampu seperti lampu neon, lampu led, lampu bohlam biasa, tiang lampu untuk penerangan jalan dan lain sebagainya. Hal tersebut ditambah lagi dengan semakin banyaknya produsen serta supplier lampu di Indonesia sehingga menjadikan masyarakat lebih mudah untuk memperoleh lampu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Semakin banyaknya produsen dan supplier lampu di Indonesia memicu adanya kompetisi dalam perekonomian tersebut, sehingga produsen maupun supplier dituntut untuk dapat merancang dan megimplementasikan startegi pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi pasar agar dapat bersaing dan mendapatkan keuntungan dari perekonomian tersebut.

Untuk mengetahui situasi dan kondisi pasar, perusahaan harus memahami perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:176-178) “Tahapan proses keputusan pembelian terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, dan perilaku konsumen setelah pembelian”.

Perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada tiap tahap dan apa saja yang mempengaruhi tahapan-tahapan tersebut. Karena dalam pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik dari segi penampilan, gaya, mutu dan harga dari produk tersebut. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Amstrong (2014:158):“Perilaku konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal”.

Di Indonesia ada beberapa merek lampu terkenal diantaranya adalah Spectra, Philips, Osram, GE, Inlite, Bega, Kapego, Thorn, Unilamp, Soora, dan masih banyak merek terkenal lainnya. Banyaknya merek lampu yang berkualitas tersebut membuat para konsumen lebih selektif dalam mencari lampu sesuai kebutuhan mereka tanpa mengesampingkan fungsi dan kualitas.

PT. Lelco Trindo Graha Nusantara merupakan salah satu produsen dan supplier besar di Indonesia yang bergerak dibidang Elektrikal, Mekanikal, Kontrol

Sistem dan Lampu yang berdiri sejak Agustus 1980 dan memiliki pabrik sabagai pusat produksi yang dibangun pada 1998 di Jateke-Tangerang dengan lahan seluas 68.000 m² dan masih tetap berjalan sampai saat ini yang berkantor pusat di Jakarta.

PT. Lelco Trindo Graha Nusantara menjual produk berupa kebutuhan elektrik, mekanikal, kontrol sistem dan lampu yang memiliki kualitas produk dan memiliki desain produk yang menarik. Seperti dijelaskan pada website resmi PT. Lelco Trindo Graha Nusantara <http://www.lelco.co.id/> untuk beberapa produk PT. Lelco Trindo Graha Nusantara untuk tipe lampu, yaitu lampu yang diperuntukan di dalam ruangan maupun luar ruangan baik secara umum untuk penerangan dan kebutuhan “Special Lighting” yang hanya difungsikan sebagai arsitektural maupun taman serta façade yang diciptakan dengan kecanggihan teknologi untuk daya tahan lebih lama dan dipadukan dengan desain yang optimal sehingga berfungsi maksimal sebagaimana mestinya. Kemudian kontrol sistem yang diperuntukan dimmer individu ke sistem manajemen cahaya total yang mengontrol seluruh kompleks bangunan. Serta produk lainnya yaitu Elektrikal dan Mekanikal serta Aksesoris Hotel.

Dalam menggunakan lampu, konsumen mempunyai pertimbangan spesifik yang mendorong pembelian yaitu desain produk, kualitas produk maupun citra merek. Maka dari itu perusahaan harus bisa menjaga desain produk dan kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar yang disesuaikan dengan kondisi pasar. Untuk mempermudah konsumen mendapatkan lampu yang diinginkan maka PT. Lelco Trindo Graha Nusantara menyediakan website resmi yaitu <http://www.lelco.co.id/> , agar konsumen dapat melihat lebih detail kualitas dan desain yang sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan mereka. Dari berbagai uraian diatas dan didukung dengan pengamatan penulis bahwa di Indonesia banyak konsumen yang menggunakan lampu dengan merek Spectra, Philips dan Osram. Maka dari itu penulis melakukan pengamatan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian lampu merek Spectra.

Alasan saya memilih judul ini adalah saya ingin mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk, kualitas produk serta citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian lampu merek Spectra?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian lampu merek Spectra?
3. Apakah citra merek juga mempengaruhi keputusan pembelian lampu merek Spectra?
4. Apakah terdapat hubungan antara design produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian lampu merek Spectra?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
3. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian
4. Mengetahui pengaruh antara desain produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat dan kegunaan antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna sebagai pendalaman ilmu tentang hal-hal apa saja yang menjadi faktor keputusan pembelian serta sebagai praktik dalam

penerapan ilmu yang diperoleh selama menjalani studi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi perusahaan dalam menentukan strategi penjualan yang tepat sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen.