

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah faktor yang sangat penting bagi kesuksesan suatu produk dan bagi kelanjutan suatu perusahaan, karena jika sebuah produk dipasarkan dengan cara yang kurang tepat, dapat berakibat pada kegagalan sehingga akan berdampak pada perusahaan. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting karena dengan pemasaran dapat meningkatkan volume penjualan dan akan berdampak pada pendapatan suatu perusahaan. Persaingan produk saat ini semakin sengit diantara produsen. Berbagai macam cara dilakukan perusahaan agar mampu memikat hati konsumen. Bahkan perusahaan yang sudah menjadi pemimpin pasar pun dapat saja kalah bersaing dengan produk baru yang semakin inovatif dan beragam. Persaingan di industri elektronik ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, strategi pemasaran yang dilakukanpun semakin gencar agar produk itu mampu diterima di pasaran. Para produsen menggunakan media massa sebagai sarana pemasaran yang efektif. Lampu adalah suatu sumber cahaya buatan yang dihasilkan dari penyaluran arus listrik yang kemudian menghasilkan cahaya. Salah satu produsen lampu di Indonesia yang cukup terkenal adalah Philips (Joko Karyanto, 2016:2).

Harga lampu Philips di Indonesia, memang cukup mahal dibanding merk lampu lainnya, namun kualitasnya memang dipastikan untuk lampu ini. Lampu Philips adalah produk yang paling diminati konsumen di Tanah Air. Lampu merk Philips memang kini terus menjadi produk terlaris di Indonesia. Hal ini karena ketahanan dan

juga kualitas lampu ini yang memang sangat berani diadu. Kualitas yang ditawarkan oleh Philips memang istimewa, sehingga produk ini dikenal masyarakat sebagai lampu yang awet dan tidak gampang terbakar saat digunakan. Harga lampu Philips sendiri dibanderol berdasarkan ukuran, bentuk lampu, dan ukuran watt yang dimiliki. Jika pengguna termasuk orang yang cukup memperhatikan seni sebuah ruangan, tentu akan memilih jenis lampu Philips yang berkarakter. Yang dimaksud disini adalah lampu Philips yang memiliki seni lekuk, selain terang dipastikan ruangan juga indah. Seperti yang diketahui, ada beragam jenis lampu yang sering dipakai dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari lampu neon, pijar, halogen, hingga yang terbaru lampu LED (*Light Emitted Diode*). Masing-masing jenis lampu tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri. Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan listrikpun meningkat (Joko Karyanto, 2016:3).

Philips di Indonesia terus berupaya melahirkan inovasi terbaru. Melalui teknologi lampu LED yang baru saja dilahirkan, Philips berharap dapat memberikan solusi bagi masyarakat untuk ekonomi lebih baik. *Head of Marketing Lighting* PT Philips Indonesia, Ryan Tirta Yudhistira, mengatakan bahwa teknologi LED produksi Philips ini hadir untuk mewujudkan lingkungan yang ramah, lebih sehat, hemat energi hingga 85% dan tentunya berperan membuat lampu lebih tahan lama. Ada beberapa keunggulan dari lampu Philips yaitu pencahayaan terang lampu LED Philips tidak hanya dapat menghemat energi hingga 85% jika dibandingkan bola lampu tradisional, namun juga ramah lingkungan dengan cahaya terang bernuansa putih alami yang nyaman untuk mata Anda. Berbagai pilihan lampu LED dapat dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan, baik untuk rumah, industri, ataupun ruang publik. Dengan garansi 2

tahun dari Philips, jadikan LED Philips sebagai pilihan untuk menerangi rumah Anda dengan cahaya terang tahan hingga 15 tahun serta hemat energi. Royal Philips Electronics memperkenalkan lampu dengan teknologi *Light Emitting Diode* (LED), Sabtu 18 Mei 2019. Lampu dengan teknologi tersebut diklaim bisa menghemat energi hingga 85 persen dibanding Lampu Hemat Energi (LHE). Keunggulan lain dari lampu Philips LED ini adalah tidak mengandung gas merkuri yang berbahaya. Ini berbeda dengan lampu LHE yang akan mengeluarkan gas merkuri ketika pecah sehingga bisa menyebabkan kerusakan lapisan ozon. Dari kebijakan strategi pemasaran yang ditempuh oleh setiap perusahaan bukan berarti tidak terlepas dari masalah. Walaupun saat ini produk lampu Philips mampu meraih kesuksesan disektor lampu bermerek, namun telah banyak produk sejenis yang muncul di pasaran yang siap mencuri pangsa pasar lampu Philips. Mengingat industri lampu ini mempunyai pangsa pasar yang lebih luas dan sangat menguntungkan sebagai salah satu kebutuhan pokok masyarakat sehingga mendorong masuknya pesaing potensial, oleh karena itu agar suatu produk dapat menjadi market leader, maka perlu diketahui faktor-faktor dalam strategi pemasaran yang membuat konsumen membeli dan mengkonsumsi produk lampu tersebut (Joko Karyanto, 2016:2).

Teknologi yang semakin canggih saat ini menjadikan kebutuhan masyarakat akan permintaan listrik yang semakin tinggi. Berdasarkan laporan *International Energy Agency* (IEA), 20 persen dari total konsumsi listrik dunia berasal dari penggunaan lampu (*lighting*). Penciptaan produk lampu hemat energi menjadi salah satu langkah nyata untuk mengurangi penggunaan sumber daya listrik. lampu LED (*Light-Emitting Diode*) selalu dikembangkan karena memiliki beberapa keunggulan dibanding lampu pijar

biasa. Bagian utama lampu LED ini adalah solid-state chip berukuran kecil yang bisa mengubah listrik menjadi cahaya. Philips terus mengembangkan teknologi lampu LED agar memiliki tingkat efisiensi yang maksimal. Pasar bisnis lampu *Light Emitting Diode* (LED) di Indonesia tampaknya memang tergolong menggiurkan. Tak heran jika para pelaku usaha bisnis lampu ini begitu agresif dalam memperebutkan pasar.

Toko JK Electric Pati bergerak di bidang penjualan alat-alat listrik yang mulai berdiri pada tahun 2012. Toko JK Electric merupakan salah satu distributor alat-alat listrik termasuk lampu LED Philips di wilayah Kota Pati dan sekitarnya.

Meskipun baru 4 tahun diproduksi lampu *Philips LED* dan harga yang relatif tinggi, selalu menjadi primadona dipasaran. Salah satu perusahaan yang memproduksi lampu LED adalah perusahaan Philips. Pada mulanya perusahaan Philips mengikuti perkembangan dan kebutuhan akan lampu saat ini yang diterapkan dengan menggunakan teknologi baru dengan menampilkan inovasi-inovasi terhadap produk dan menggunakan teknologi baru yang diharapkan dapat menimbulkan manfaat dan keuntungan bagi konsumen. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat perusahaan juga di tuntut untuk memperhatikan faktor-faktor lingkungan, hal tersebut bertujuan untuk mengurangi kerusakan sumber daya dan kerusakan lingkungan hidup yang dikhawatirkan akan berdampak besar bagi makhluk hidup di bumi.

Lampu LED memiliki beberapa keunggulan seperti lebih tahan lama dalam penggunaan, hemat energi dan juga hemat terhadap konsumsi listrik. Sedangkan lampu non LED memiliki kelebihan yaitu harga lampu yang relatif lebih murah dibandingkan dengan lampu LED.

Tabel 1.1
Kelemahan lampu LED Philips dan Led Murah

Jenis	Kelemahan
Led Philips	Harga Lampu LED relative lebih mahal Lampu LED sinar kurang tebal
Led Merek Lain	Umum lampu relative pendek Cahayanya lebih redup

Sumber : wikikomponen.com;neraca.co.id

Pada tabel 1.1 menerangkan bahwa lampu LED juga memiliki kelemahan diantaranya harga yang di pasarkan relatif lebih mahal bila dibandingkan dengan lampu biasa. Selain itu lampu non LED seperti lampu pijar memiliki kekurangan yaitu umur lampu yang relatif lebih pendek bila dibandingkan dengan lampu LED.

Philips masih menghadapi tantangan untuk bisa memasarkan produk ramah lingkungan. Tantangan yang dihadapi adalah adanya persepsi negative soal harga lampu merk Philips. Harga lampu LED Philips lebih mahal dibandingkan yang lain.

Tabel 1.2.
Daftar Harga Lampu LED Hemat Energy Philips

Tipe	Harga LED Philips	Harga LED Merek Lain
LED Bulb 6 w / 5 w	30.000	8.000
LED Bulb 8 w / 10 w	35.000	10.000
LED Bulb 10 w / 15 w	40.000	13.000
LED Bulb 12 w / 20 w	45.000	15.000

Sumber : Toko JK Electric, 2021.

Tabel 1.3

Tabel Data Minat Beli Pelanggan Lampu LED Hemat Energy Philip

Jumlah Responden	Pengguna Lampu Konvensional	Pengguna Lampu LED Hemat Energy Philip
176	124	51

Sumber :Toko JK Elektrik ,2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui perbandingan antara harga LED Philips dan harga LED merk lain memiliki harga yang berbeda, harga LED Philips lebih mahal jika dibandingkan dengan harga LED murah.

Pada Tabel 1.3 juga dapat diketahui perbandingan bahwa kurangnya minat beli pelanggan lampu hemat energy LED Philip dibandingkan dengan lampu konvensional.

Research gap dalam penelitian ini adalah Tika Dian Alfatris (2018) menyatakan bahwa kualitas berpengaruh terhadap niat beli. Paolinus (2018) menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap niat beli. Tika Dian Alfatris (2018) dalam penelitiannya menyatakan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Paolinus (2018) menyatakan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat beli.

Uraian latar belakang diatas menjadikan alasan peneliti mengambil judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK LAMPU PHILIP LED (STUDI KASUS PADA TOKO JK ELEKTRIK PATI).**

1.2. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

2.1. Variabel endogen penelitian ini adalah kepercayaan merek dan minat beli.

Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, *brand image*.

2.2. Responden yang akan diteliti adalah konsumen produk Lampu Philips LED (studi kasus pada konsumen pada Toko JK Elektrik Pati)?

2.3. Ojek penelitian dilakukan pada Toko JK Elektrik Pati.

2.4. Pelanggan pada JK Elektrik Pati sebanyak 176 pelanggan berasal dari Kabupaten Pati.

2.5. Waktu penelitian ini dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui.

1.3. Perumusan Masalah

Toko JK Electric adalah toko yang menyediakan alat listrik yang mengakibatkan banyaknya persaingan antar toko. Dengan banyaknya persaingan yang ada mengakibatkan pelanggan bisa memilih produk yang sesuai harapan. Beberapa masalah yang ada antara lain kurangnya minat pelanggan dalam membeli Lampu LED Philips disebabkan harga lampu yang relative mahal, masyarakat masih kurang mengetahui kelebihan lampu LED, hal ini dibuktikan dengan data penjualan lampu konvensional lebih tinggi jika dibandingkan dengan lampu LED Philips di Toko JK Elektrik Pati.

Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1..3.1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan merek produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?

- 1.3.2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepercayaan merek produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?
- 1.3.3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap kepercayaan merek produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati i?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?
- 1.3.6. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?
- 1.3.7. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan merek produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepercayaan merek pada produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap kepercayaan merek produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.

- 1.4.5. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.
- 1.4.6. Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.
- 1.4.7. Menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap minat beli produk Lampu Philip LED pada Toko JK Elektrik Pati.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat diperoleh beberapa manfaat yaitu :

- 1.5.1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi manajemen di Toko JK Elektrik Pati untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap kepercayaan dalam menumbuhkan minat beli dalam membeli produk yang ditawarkan.
- 1.5.2. Bagi penelitian selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau bahan referensi berkaitan dengan kualitas produk, persepsi harga, *brand image* dalam pengaruhnya terhadap minat beli.