

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada.

Rumah merupakan kebutuhan dasar manusia yang mempunyai arti, fungsi dan peran yang sangat penting dalam mempertahankan kehidupan manusia. Selain fungsi rumah untuk tempat tinggal, berkumpul dengan keluarga, dan tempat untuk beristirahat, di zaman sekarang rumah banyak digunakan sebagai sarana untuk investasi selain barang. Fungsi rumah yang mulanya hanya tempat untuk berlindung, kini telah berubah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang kuat dan kokoh, lingkungan yang aman dan nyaman. Dengan kata lain yaitu tempat tinggal yang layak untuk dihuni bukan sekedar untuk berteduh atau beristirahat. Rumah merupakan sebuah kebutuhan pokok yang memiliki nilai, baik nilai secara nominal maupun secara kegunaan atau manfaatnya.

Manfaat produk dapat disampaikan melalui ciri-ciri produk berwujud,

salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler dan Armstrong 2012:283). Didalam pembelian konsumen biasanya memperhatikan bagaimana kualitas produk yang ditawarkan berkenaan dengan manfaat yang akan diperolehnya apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak.

Disamping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk.

Menurut pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman setiap warga negara mempunyai hak untuk menempati, menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan dalam memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Rumah juga merupakan indikator identitas status sosial masyarakat, jika si pemilik rumah memiliki rumah mewah menandakan bahwa pemilik rumah mempunyai penghasilan yang sangat tinggi. Pada saat ini jenis rumah sangat beragam dari yang modern seperti,

kondominium dan apartement sampai rumah jenis sederhana yaitu rumah susun dan rumah biasa. Pilihan masyarakat dalam memiliki rumah dengan cara membeli secara tunai atau angsuran, dapat dilakukan melalui pasar properti.

Terdapat dua jenis pasar dalam pasar properti perumahan yaitu pasar primer dan pasar sekunder. Pasar primer adalah pasar yang menyediakan rumah baru dimana untuk jenis ini dipasok oleh pengembang (developer) baik itu pengembang swasta maupun pengembang pemerintah (Intan, 2010). *Developer* pada dasarnya adalah pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (3) disebutkan pengertian Pelaku Usaha, yakni:

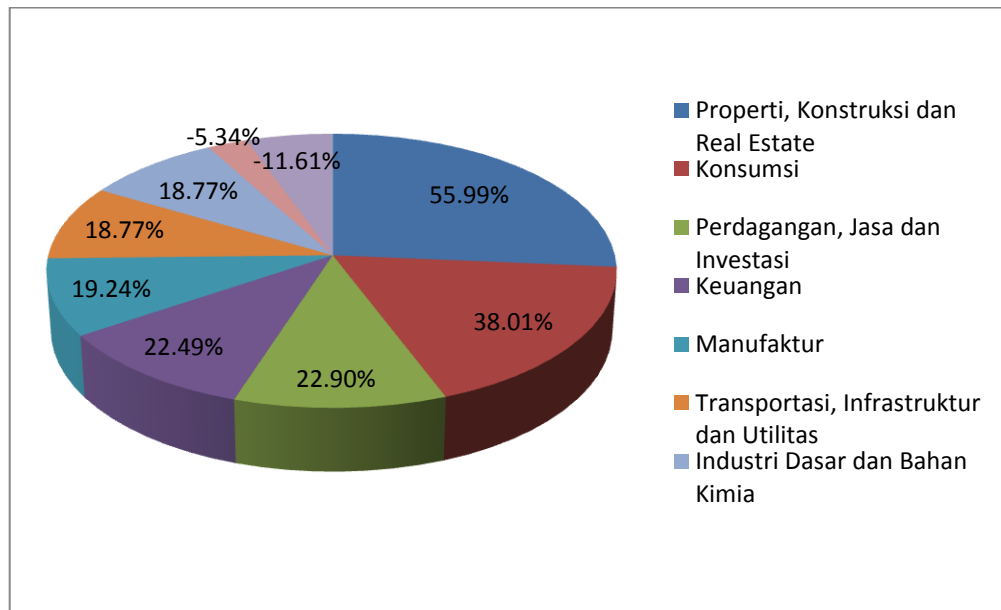
“Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.” Dapat disimpulkan bahwa *developer* itu adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengadaan perumahan.

Developer sendiri dapat dibagi 2 (dua) yakni developer perumahan bersubsidi dan developer perumahan biasa. Developer perumahan bersubsidi adalah developer yang menerima bantuan subsidi, artinya standar harga perumahan yang diberikan terjangkau, dan dikhususkan bagi kalangan menengah ke bawah. Hal ini dilakukan pemerintah agar dalam pelaksanaan pembangunan sosial dapat merata dan setiap strata kalangan masyarakat dapat menikmati dan berkesempatan memiliki tempat tinggal, kepanjangan tangan pemerintah dalam hal pembangunan perumahan untuk masyarakat dilaksanakan oleh Perum Perumnas.

Pengembang swasta pada saat ini kebanyakan tergabung dalam organisasi Real Estate Indonesia (REI). Pasar sekunder adalah pasar yang menyediakan peralihan hak kepemilikan rumah telah pakai atau non baru. Pada saat ini pasar sekunder banyak dibantu oleh jasa para broker atau agen properti seperti ERA, Colliers, Jardine, Ray White, dan lain sebagainya (Intan, 2010).

Kota Bandung merupakan pusat salah satu pertumbuhan ekonomi dengan laju pertumbuhan penduduk cukup tinggi di Indonesia. Pertumbuhan penduduk yang terjadi baik secara alamiah maupun melalui proses urbanisasi menyebabkan pertumbuhan pada permintaan rumah tinggal. Hal ini mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan di Kota Bandung baik rumah sederhana, rumah tipe menengah hingga perumahan mewah.

Hal tersebut didukung oleh data dari Dinas Badan Pengawasan Daerah Kota Bandung yang menunjukkan bahwa sektor real estate telah berkembang dengan pesat dibandingkan dengan sektor perindustrian lainnya. Dalam kurun lima tahun terakhir pertumbuhan perekonomian Kota Bandung terus meningkat, peningkatan tersebut secara signifikan dikontribusi oleh sektor ekonomi kreatif beserta sektor-sektor pendukung lainnya yang ada di Kota Bandung. Sektor properti, konstruksi dan real estate berperan memberikan kontribusi pertama terbesar terhadap perekonomian Kota Bandung. Berikut adalah kontribusi berbagai sektor bagi perekonomian Kota Bandung tahun 2014 :



Sumber : PDRB Kota Bandung Menurut Lapangan Usaha Tahun 2013

**Gambar 1.1**

**Kontribusi Lapangan Usaha PDRB Kota Bandung**

Gambar 1.1 pada gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat sembilan sektor yang berkontribusi bagi perekonomian Kota Bandung. Kontribusi perekonomian terbesar pertama yang ada di Kota Bandung adalah sektor property, konstruksi dan real estate. Menurut pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman setiap warga negara mempunyai hak untuk menempati, menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Kontribusi terbesar bagi perekonomian Kota Bandung salahsatunya oleh property, konstruksi dan real estate yaitu sebesar 55,99%. Sektor property, konstruksi dan real estate memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian Kota Bandung.

Melihat pembangunan perumahan di Kota Bandung, Ibu Kota Propinsi Jawa Barat, cukup mengasyikkan. Ada yang dibangun di bukit, di lereng, dan di lembah sehingga untuk mencapainya harus mendaki atau menuruni jalan dengan

kemiringan cukup curam, meskipun tidak sedikit yang dikembangkan di lahan datar. Ada beberapa nama pengembang perumahan (*developer*) unggulan di Kota Bandung untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dan berikut ini adalah nama-nama pengembang (*developer*) di Kota Bandung.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Developer Unggulan di Kota Bandung Jawa Barat**

No.	Nama Perusahaan ( <i>developer</i> )	Proyek Perumahan
1.	Bandung Inti Graha Group	Taman Kopo Katapang
2.	Duta Emas Group	Pesona Ciganitri
		Pesona Ciwastra Village
		Sunrise Hill
3.	Griya Estetika Group	De Green Grande
		De Green Mansion
4.	Istana Group	Buah Batu Square
		M-Square
		Istana Gardenia
5.	Margahayu Land Group	De Marrakesh
		The Mansion
6.	Matahari Land Group	Akita 2
		Cherry Field
		Cluster Matahari
		Stella
7.	Panghegar Group	Sunny Town
		Bumi Cempaka Asri
8.	Pesona Group	Kinagara Regency
		Kota Bali Residence
		Pesona Pasteur Residence
9.	Kembar Emas Group	Alam Asri Residence
		Bumi Mas Kencana
		Puri Dago
		Puri Dago Mas
10.	PT. Marga Tirta Kencana	Setra Dago
		Taman Cibaduyut Indah
		Permata Biru
		Permata Kopo
		Ciganitri Indah Residence
		Permata Buah Batu 1
Permata Buah Batu 2		
		Rancamanyar Indah

Sumber : rumahpantura.com

Dari Tabel 1.1 menjelaskan bahwa PT. Marga Tirta Kencana berada di urutan ke sepuluh dari daftar developer unggulan terbaik di Kota Bandung, sedangkan pada urutan pertama ditempati oleh Bandung Inti Graha Group. Hal tersebut membuat perusahaan berlomba-lomba membuat sebuah produk perumahan yang dapat memenuhi permintaan konsumen dengan menawarkan harga yang terjangkau dengan kualitas terbaik sehingga terciptanya sebuah kepuasan bagi konsumen.

PT. Marga Tirta Kencana adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan perumahan (*developer property*) menawarkan beragam produk perumahan atau hunian dan ruko. Perumahan yang telah berhasil digarapnya yaitu Taman Cibaduyut Indah, Permata Biru, Permata Kopo, Ciganitri Indah Residence, Permata Buah Batu 1, Permata Buah Batu 2 dan Rancamanyar Indah. Adapun berbagai macam tipe yang ditawarkan PT. Marga Tirta Kencana yaitu dimulai dari tipe yang terkecil, tipe 36 luas tanah  $72\text{m}^2$ , tipe 45 luas tanah  $90\text{m}^2$ , tipe 50 luas tanah  $100\text{m}^2$  dengan ukuran rumah cukup sedang dan tipe yang terbesar adalah tipe 70 dengan mempunyai luas tanah dua ukuran yang berbeda yaitu  $108,5\text{m}^2$ , dan juga berukuran luas tanah  $120\text{m}^2$ .

PT. Marga Tirta Kencana pun bekerjasama dengan bank penyedia KPR (Kredit Pemilikan Rumah) seperti Bank BTN, Bank Mandiri, Bank BRI dan juga bank yang mempercayai perusahaan ini untuk bekerjasama agar memudahkan masyarakat atau calon kosumen untuk mendapatkan rumah atau hunian yang nyaman untuk beristirahat, aman serta fasilitas yang dapat dinikmati oleh penghuni serta dengan pihak bank sebagai pendukung keuangan. Berikut ini ada

data penjualan untuk seluruh perumahan di PT. Marga Tirta Kencana selama 3 (tiga) terakhir pada tahun 2013 sampai dengan 2015.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Seluruh Perumahan di PT. Marga Tirta Kencana**

No.	Nama Properti	Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	
		Smtr 1	Smtr 2	Smtr 1	Smtr 2	Smtr 1	Smtr 2
1.	Permata Kopo	13	44	31	51	22	33
2.	Permata Biru	0	0	0	22	30	34
3.	Permata Buah Batu 1	61	38	41	30	31	0
4.	Permata Buah Batu 2	20	35	54	26	29	27
5.	Ciganitri Indah Residence	29	36	11	2	2	2
6.	Taman Cibaduyut Indah	35	36	47	53	44	46
7.	Rancamanyar Indah	10	20	34	50	37	80
Total		168	209	218	234	195	222
Total Pertahun		<b>377</b>		<b>452</b>		<b>417</b>	

**Smtr = Semester**

*Sumber : Data Perusahaan 2015*

Terlihat pada tabel 1.2 diatas bahwa penjualan selama 3 tahun terakhir ini mengalami turun naik atau fluktuatif. Pada tahun 2013 penjualan seluruh perumahan berjumlah 377 unit lalu pada tahun 2014 penjualan mengalami kenaikan yang cukup pesat yaitu berjumlah 452 unit dan pada tahun 2015 penjualan mengalami penurunan yang berjumlah 417 unit tidak berbeda jauh pada tahun 2013.

Tabel 1.2 data penjualan diatas menjelaskan bahwa PT. Marga Tirta Kencana masih tetap berdiri sampai dengan saat ini meskipun banyaknya pesaing yang sejenis tetapi banyaknya konsumen yang masih percaya dengan produk yang ditawarkan oleh PT. Marga Tirta Kencana. Adanya data penjualan diatas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian pada Perumahan Permata Buah Batu 1 yang menjadi primadona di PT. Marga Tirta Kencana 5 tahun terakhir menurut



Bapak Wasyono selaku karyawan PT. Marga Tirta Kencana.

Dalam pertengahan tahun 2007 PT. Marga Tirta Kencana merencanakan membangun perumahan menengah keatas yaitu “Permata Buah Batu 1”. Lokasi yang akan dikembangkan perdana  $\pm$  5 Ha dengan jumlah rumah yang dibangun  $\pm$  300, desain rumah sederhana namun modern dengan rumah tipe 45 sampai dengan tipe 70 dirancang sedemikian rupa agar nyaman namun bentuk rumah minimalis dan dapat disesuaikan dengan keinginan pembeli. Lokasi perumahan terletak di Jalan Raya Terusan Buah Batu yaitu desa Lengkong Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung.

Perumahan Permata Buah Batu 1 mempunyai lokasi yang sangat strategis karena terletak  $\pm$  300 m dari gerbang Tol Buah Batu dengan kemudahan akses kemana saja bagi penghuninya yang hendak akan berpergian ke luar kota maupun pusat kota dan juga dekat dengan pusat pendidikan Universitas Telkom serta aksesnya yang mudah dilalui oleh kendaraan umum. Perumahan keenam ini diperkirakan selama 2 tahun pertama akan terjual 2,5 Ha ( $\pm$  120 unit rumah) dengan konsep Rumah Real Estate dengan harga terjangkau. Berikut adalah data penjualan Perumahan Permata Buah Batu 1 selama 4 tahun terakhir yaitu pada tahun 2012-2015 .

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Tahun 2012-2015 Properti Perumahan Permata Buah Batu 1**

Bulan	Tahun							
	2012		2013		2014		2015	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
Januari	95	0	120	8	125	5	100	14
Februari		0		17		13		5
Maret		19		9		5		7

Bulan	Tahun							
	2012		2013		2014		2015	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi
April		0		8		14		2
Mei		10		11		2		3
Juni		8		8		2		0
Juli		14		7		5		0
Agustus		8		6		2		0
September		20		9		4		0
Oktober		8		6		5		0
November		14		6		4		0
Desember		8		4		10		0
Jumlah	95	109	120	99	125	71	100	31

*Sumber : Data Perusahaan 2015*

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penjualan Perumahan Permata Buah Batu 1 selama 4 tahun terakhir ini mengalami penurunan yang sangat drastis. Ini terbukti dari realisasi yang tidak mencapai tiap tahunnya. Yakni, target pembelian dari tahun 2009-2015 yaitu sebanyak 642 rumah. Namun, yang terealisasi hanya mencapai 619 rumah. Hal ini membuktikan bahwa terdapat masalah di dalam target dan realisasi penjualan yang tidak tercapai. Adapun faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan rumah di Permata Buah Batu 1. Pertama, banyaknya pesaing sejenis yang membangun proyek perumahan di sekitar Buah Batu. Sehingga, konsumen pun dihadapkan pada keputusan yang sulit untuk memilih hunian yang nyaman, strategis, aman dan juga harga yang terjangkau.

Kedua, berdasarkan pra survey yang telah dilakukan peneliti, telah terjadi ketidakpuasan konsumen Permata Buah Batu 1 mengenai kualitas produk rumah

pada Permata Buah Batu 1 salah satunya dinding rumah yang retak, serta akses jalan yang sulit dilalui dikarenakan berlubang. Berikut adalah data komplain pada Perumahan Permata Buah Batu 1 Bandung :

**Tabel 1.4**  
**Laporan Keluhan Penghuni Perumahan Permata Buah Batu 1 Bandung**  
**Tahun 2015**

No	Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Jenis Keluhan	Jumlah											
1.	Carport pecah-pecah.	4	-	-	-	3	2	-	-	-	-	-	-
2.	Cat tembok belakang rumah masih banyak dempul.	-	-	3	-	-	-	-	-	4	-	-	-
3.	Pipa dapur kecil.	3	-	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-
4.	Gagang pintu karatan.	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	-	1
5.	Dinding sedikit retak.	-	-	-	2	-	-	1	-	-	1	-	-

*Sumber : Data Internal Perusahaan, 2015*

Dengan adanya permasalahan di atas, maka penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden penghuni kompleks Permata Buah Batu 1 untuk mengetahui tanggapan mengenai kepuasan terhadap kualitas di Perumahan Permata Buah Batu 1. Adapun hasil penelitian pendahuluan di Perumahan Permata Buah Batu 1 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.5**  
**Survei Pendahuluan Tentang Kepuasan Konsumen**

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	CS 3	TS 2	STS 1
1.	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diterima.	27%	53%	20%	0%	0%
2.	Saya sangat puas dengan desain rumahnya.	10%	57%	33%	0%	0%
3.	Saya sangat puas dengan lokasi perumahan yang saya pilih.	13%	63%	23%	0%	0%
4.	Saya sangat puas dengan kualitas produk yang telah saya terima.	3%	30%	53%	13%	0%

*Sumber : Survei Pendahuluan 2016*

Berdasarkan Tabel 1.5 tentang kepuasan konsumen, responden yang menilai sangat setuju dan setuju bahwa pelayanan yang diterima dinilai sangat puas dengan perolehan persentase sebesar 80%, konsumen menyatakan dinilai sangat puas dengan desain rumahnya dengan perolehan persentase sebesar 67%, penempatan lokasi dirasa sangat puas bagi konsumen dengan perolehan persentase sebesar 76%, dan kualitas produk yang diterima konsumen mendapat perolehan persentase sebesar 33%. Dari hasil penilaian responden di atas maka terlihat persentase kepuasan konsumen yang terendah yaitu konsumen tidak sangat puas dengan kualitas produk yang telah diterima.

**Tabel 1.6**  
**Survei Pendahuluan Tentang Kualitas Produk**

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	CS 3	TS 2	STS 1
1.	Desain rumah di Permata Buah Batu 1 sangat menarik.	30%	43%	27%	0%	0%
2.	Daya tahan bangunan sangat kuat dan kokoh.	17%	47%	30%	7%	0%
3.	Kesesuaian kualitas produk rumah di Permata Buah Batu 1 sangat sesuai dengan harapan anda.	3%	37%	50%	10%	0%
4.	Fasilitas-fasilitas produk tambahan (seperti taman, masjid, sarana bermain dan lain-lain) sangat menarik.	20%	47%	33%	0%	0%

*Sumber : Survei Pendahuluan 2016*

Dilihat pada Tabel 1.6 tentang kualitas produk, responden yang menilai sangat setuju dan setuju bahwa desain rumah di Permata Buah Batu 1 dinilai sangat menarik dengan perolehan persentase sebesar 73%, daya tahan bangunan di Permata Buah Batu 1 sangat dinilai kuat dan kokoh sehingga membuat konsumen merasa puas dengan perolehan persentase sebesar 64%, sedangkan kesesuaian kualitas produk rumah memperoleh persentase sebesar 40% dan fasilitas-fasilitas tambahan yang diberikan pihak perusahaan sangat menarik konsumen dengan persentase sebesar 67%. Dari hasil penilaian responden di atas maka terlihat

persentase kualitas produk yang terendah yaitu kesesuaian kualitas produk rumah tidak sesuai dengan harapan konsumen.

**Tabel 1.7**  
**Survei Pendahuluan Tentang Harga**

No.	Pernyataan	SS 5	S 4	CS 3	TS 2	STS 1
1.	Harga rumah disetiap tipe sesuai dengan kualitasnya.	23%	40%	37%	0%	0%
2.	Harga rumah sesuai dengan manfaat produk yang saya dapatkan.	23%	40%	37%	0%	0%
3.	Harga rumah sangat murah dan terjangkau.	17%	23%	40%	20%	0%

*Sumber : Survei Pendahuluan 2016*

Dari Tabel 1.7 tentang harga menunjukkan bahwa responden yang menilai sangat setuju dan setuju bahwa harga rumah disetiap tipe sesuai dengan kualitasnya dengan persentase sebesar 63%, konsumen pun setuju dengan harga rumah sesuai manfaat produk yang dididapatkan dengan perolehan persentase sebesar 63%, dan harga rumah sangat murah dan terjangkau dengan perolehan persentase sebesar 40%. Dari penilaian responden di atas maka terlihat persentase harga yang terendah yaitu harga rumah tidak sangat murah dan terjangkau.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan di atas peneliti memutuskan untuk meneliti variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Perumahan Permata Buah Batu 1 karena keterbatasan waktu, biaya dan pemikiran. Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari setiap perusahaan, perusahaan berusaha keras agar produk yang mereka tawarkan dapat membuat puas konsumennya. Begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi perusahaan karena merupakan faktor penting yang akan berdampak positif dalam jangka panjang.

Kepuasan konsumen adalah menurut Engel, et aln dalam Fandy Tjiptono (2010:146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya membeli hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan, jika tidak sesuai harapan, rasa kecewa yang akan didapatkan oleh konsumen, sebaliknya jika sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas.

Kepuasan konsumen muncul akibat dari biaya yang dibebankan untuk suatu barang sesuai dengan kualitas produk yang diterima atau sesuai dengan harapan. Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, jumlah nilai yang pelanggan pertukarkan untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2012:314).

Selain harga, kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang disinyalir mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk yaitu kemampuan suatu barang untuk memberikan kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:143). Kualitas produk memiliki dampak langsung pada kinerja barang dan jasa sehingga terkait erat dengan nilai pelanggan dan kepuasan.

Maka berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik unuk mengadakan penelitian terhadap konsumen pada PT. Marga Tirta Kencana penghuni Perumahan Permata Buah Batu 1 dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. MARGA TIRTA KENCANA (Survei Pada Penghuni Perumahan Permata Buah Batu 1)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini. Jika identifikasi dan rumusan masalah sudah dilakukan maka tujuan, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan metode penelitian dapat dilakukan.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan industri perumahan semakin tinggi di Kota Bandung.
2. Ketatnya persaingan dalam bisnis perumahan (*developer*) di Kota Bandung.
3. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang lebih beragam.
4. Persaingan yang begitu ketat dalam industri perumahan menyebabkan turun naiknya penjualan di PT. Marga Tirta Kencana.
5. Munculnya banyak pesaing di kawasan Buah Batu menyebabkan penjualan Permata Buah Batu 1 menurun.
6. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa tidak puasnya konsumen dengan kualitas produk di Perumahan Permata Buah Batu 1 sehingga terjadinya komplain dari konsumen.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk di Perumahan Permata Buah Batu 1 tidak sesuai dengan harapan konsumen.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan PT. Marga Tirta Kencana mahal dan tidak terjangkau.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
3. Bagaimana kepuasan konsumen PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung secara simultan dan parsial.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
2. Tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung secara simultan dan parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti



sendiri dan dapat berguna juga bagi mereka yang membacanya terutama berkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima selama perkuliahan.
2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu penelitian di bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Marga Tirta Kencana Bandung.