sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber



1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas saat ini, perusahaan diharapkan pada persaingan yang semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dan peluang yang tidak hanya terdapat di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Dalam mengantisipasi hal tersebut, perusahaan dituntut bekerja strategis dengan menggunakan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dapat diterima pasar.

Dalam kondisi tersebut, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Pemasaran seharusnya dimengerti bukan seperti pengertian lama yang menciptakan penjualan "memberitahukan dan menjual" tetapi dalam arti yang baru yaitu memuaskan kebutuhan konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen **Menurut Irawan (2008:5)** diantaranya: Kualitas Produk, *Price, Place, Promotion, Service*.

Produk menjadi bagian yang penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan moderen. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk terus menerus. Hanya ada 2 pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga



Dilarang mengutip

menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar.

Bisnis properti merupakan salah satu jenis usaha yang saat ini berada dalam iklim persaingan sangat ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap bisnis properti untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul serta lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pihak bisnis properti dan pesaing lainnya.

Perumahan bagi masyarakat memegang peranan yang sangat pentingkarena rumah merupakan kebutuhan primer bagi sebuah keluarga. Setiap tahun minat masyarakat untuk membeli rumah akan semakin meningkat karena pertambahan penduduk Indonesia yang begitu pesat. Cerahnya prospek bisnis perumahan di kota pekanbaru ini juga disadari oleh salah satu perusahaan pengembang perumahan, Perusahaan tersebut adalah PT. Ciputra Symphony, Di Pekanbaru, segmentasi pasar PT. Ciputra Symphony, adalah masyarakat berpenghasilan menengah keatas dimana harga jual perumahan type Fressia 1/105 Rp 2M dan type Ixora Hoek/169 Rp. 4,5M

PT. Ciputra Symphony, selalu berupaya memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya sehingga dapat menciptakan kepuasan pada konsumen yang akan berdampak pada peningkatan jumlah konsumen. Berikut ini adalah tabel jumlah konsumen yang membeli perumahan pada PT. Ciputra Symphony, tahun 2012-2016.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel I.1 Data penjualan PT. Ciputra Symphony Tahun 2012-2016

NO	TIPE	TAHUN					
3	RUMAH	2012	2013	2014	2015	2016	
1	Fressia 1	14	15	16	11	13	
2	Grassland	15	14	15	9	12	
3	Grassland Hoek	13	14	15	11	12	
4	Ixora	12	13	13	10	10	
5	Ixora Hoek	15	16	15	10	11	
6	Ixora Hoek	10	12	13	9	5	
<i>a</i> 7	Ixora Hoek	5	6	6	7	5	
8	Ixora Hoek	4	5	7	6	7	
9	New Savanna	3	4	3	2	3	
L	Total	91	99	103	75	78	446
Persentase Perkembangan			108,79%	51,5%	25,59%	21,19%	
penjual							

Sumber: PT. Ciputra Symphony 2016

Jika dilihat dari tabel PT. Ciputra Symphony diatas pada tahun 2012 penjualan mencapai 91 unit, pada tahun 2013 penjualan mencapai 99 unit, dan terjadi peningkatan sebesar 190 unit total penjualan dan mendapatkan persentase perkembangan penjualan sebesar 108,79% dan pada tahun 2014 penjualan meningkat sebesar 103 unit, dan terjadi peningkatan sebesar 293 unit total penjualan tetapi persentase penjualan meningkat sebesar 51,5% sedangkan pada tahun 2015 penjualan menurun sebesar 75 unit, dan terjadi penurunan sebesar 28 unit total penjualan tetapi persentase penjualan menurun sebesar 25,59% sedangkan pada tahun 2016 penjualan meningkat sebesar 78 unit dan mencapai 446 unit total penjualan dan mendapatkan persentase 21,19% Sehingga terjadi penurunan terhadap penjualan perumahan pada PT. Ciputra Symphony.

sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitiandengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran dan pelayanan Terhadap Kepuasaan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada PT. Ciputra Symphony.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut:

- 1. Apakah keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?
- 2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?
- 3. Apakah Promotion berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?
- berpengaruh signifikan terhadap 4. Apakah Place konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?
- 5. Apakah Service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?
- 6. Apakah keunggulan Produk. Price. Place. Promotion. Service berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang

sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa

1.3 Tujuan Penelitian

Maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui dan menganalisa apakah keunggulan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru.
- 2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Price* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru.
- 3. Untuk menetahui apakah *Promotion* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru
 - 4. Untuk mengetahui apakah *Place* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru.
- 5. Untuk menetahui apakah *Service* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru
- 6. Untuk mengetahui keunggulan produk, *Price, Promotion, Place, Service* perusahaan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli rumah pada PT. Ciputra Symphony di Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :.

1. Sebagai sumber informasi atau bahan penelitian bagi pihak lain yang tertarik untuk melakukan penelitian pada sesama aspek.

of Stiltan Syarif Kasim Ri

sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber



Dilarang

- Sebagai bahan masukan dan motivasi serta strategi pemasaran bagi kebijakan perusahaan tentang bentuk dalam cara atau meningkatkan kepuasan dan menarik minat konsumen.
- milik 3. Penelitian ini bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat pada waktu penulis mengikuti atau mendalami ilmu selama menjadi mahasiswa di Fakultas mahasiswa di Fakultas Ekonomi K a dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penulisan penelitian ini, penulis membaginya kedalam enam bab. Dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik

Syarif Kasim Riau



.

K a

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip

dan dan den pen mili unti

dan metode pengumpulan data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat untuk digunakan.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUMUSAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terkait.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasin