

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING UNTUK
MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK PLAT BETON “FLYSLAB”
(Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

SONIA HASNARI

12010112140283

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

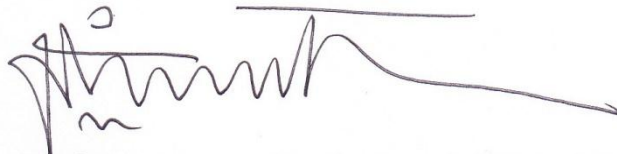
Nama Penyusun : Sonia Hasnari
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140283
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PLAT BETON “FLYSLAB”. (Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA,.DBA

Semarang, 2 September 2016

Dosen Pembimbing,



(Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA,. DBA)

NIP . 1955.0423.1980.03.1.003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Penyusun : Sonia Hasnari

Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140283

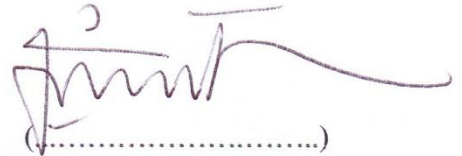
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PLAT BETON “FLYSLAB” (Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)**

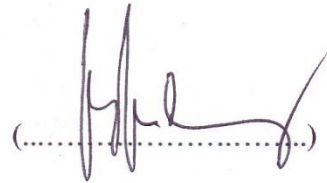
Telah dinyatakan lulus pada tanggal 19 September 2016

Tim Penguji

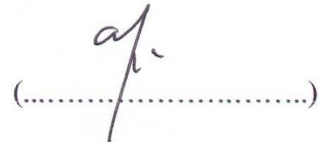
1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA (.....)



2. Dr. Farida Indriani, S.E., MM



3. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., MM



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Sonia Hasnari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Produk Plat Beton “Flyslab” (Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 2 September 2016

Yang membuat pernyataan,

Sonia Hasnari

NIM : 12010112140283

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Verily, with every hardship, there is ease”

(Quran 94:6)

“And He gave you of all that you asked for, and if you count the blessings of Allah, you will never be able to count them”

(Quran 14:34)

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta:

Bapak Leksono Mucharam dan Ibu Sri Mulyati

Semoga skripsi ini bisa menjadi sebuah kebanggaan untuk kedua orangtua saya.

ABSTRAK

Saat ini, kebutuhan pembangunan berupa perumahan serta gedung perkantoran di Indonesia meningkat dengan sangat signifikan dan akan terus berlanjut untuk beberapa dekade ke depan. Permintaan akan kebutuhan bangunan ini berkaitan dengan adanya peningkatan penduduk berpenghasilan menengah dan pembangunan ekonomi negara. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan konstruksi perumahan dan bangunan untuk merebut pasar, khususnya untuk memenuhi kebutuhan akan beton. Dalam situasi seperti ini, perusahaan-perusahaan beton akan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan beton yang berkualitas baik dan memiliki harga yang bersaing. Keinginan konsumen terhadap suatu produk harus benar-benar dipahami dan dipenuhi oleh perusahaan. Perusahaan manufaktur seperti PT Kinarya Beton Salatiga, harus menciptakan inovasi baru pada produk betonnya untuk menarik para konsumen. Adanya persaingan antar perusahaan yang sangat ketat ini mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memperhatikan beberapa aspek seperti kualitas, harga, dan penampilan produk yang akan dibeli.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu kualitas produk, inovasi produk, keunggulan bersaing, dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk beton “Flyslab” dari PT. Kinarya Beton Salatiga. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan data sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program software *Statistical Package for Social Science (SPSS) 23*.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan hasil $Y_1 = 0,184 X_1 + 0,592 X_2$, serta keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil $Y_2 = 0,544 Y_1$

Kata kunci: kualitas produk, inovasi produk, keunggulan bersaing, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

In Indonesia, the demand for housing and offices building currently increase very significantly and this will continue for coming several decades. These demands correlate to increasing in middle income population and economic development in the country. As a consequence, competitions among the housing and building construction company become very tight in order to grab the market, especially to fulfill the concrete demand. In this situation, the concrete manufacture companies will do everything to provide the client demand of the concretes that may include good-quality and competitive price. Of course, the taste of the clients to the product should be considered and fulfilled seriously. The manufacture company, like PT Kinarya Beton Salatiga, must create new innovation to attract the clients on concrete product in the market demand. Due to this tight competition, the clients would buy the product with very selective in many aspects including quality, price and appearance.

This research is using four variables such as product quality, product innovation, competitive advantage, and purchasing decision. The sample of this research are clients who have purchased concrete, called "Flyslab", from PT. Kinarya Beton Salatiga. The hypothesis test used 100 respondents as the data. Technique of analysis that is used in this research is software program of Statistical Package fo Social Science (SPSS) 23.

The result of research showed that quality product and innovation product have a positive and significant impact to competitive advantage with the result $Y_1 = 0,184 X_1 + 0,592 X_2$, then, competitive advantage have a positive and significant impact to purchasing decision with the result $Y_2 = 0,544 Y_1$

Keyword: product quality, product innovation, competitive advantage, and purchasing decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan ridhaNya sehingga penelitian dan penulisan skripsi berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Produk Plat Beton “Flyslab” (Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)”** dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya campur tangan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan dari :

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho untuk dapat menyelesaikan program Sarjana (S1).
2. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro beserta seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA., DBA. Sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan

bimbingan, arahan, dan nasihat yang sangat berharga kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

5. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., MM. Selaku dosen wali bagi penulis yang telah memberikan arahan dan nasihat selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis, serta staff tata usaha, pegawai perpustakaan, dan karyawan yang telah memberikan bantuan selama masa studi hingga pembuatan skripsi
7. Kepada seluruh pihak dari PT. Kinarya Beton Salatiga yang selalu memberikan arahan serta informasi yang dibutuhkan penulis pada penelitian. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan.
8. Kedua orangtua tercinta Bapak Leksono Mucharam dan Ibu Sri Mulyati yang selalu memberikan semangat, dukungan, kasih sayang, motivasi, serta doa yang tidak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Diponegoro Semarang. Semoga segala kebaikan dan kasih sayang Bapak dan Ibu kepada penulis dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT.
9. Adikku, Naufal Purnama Hadi, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan menjadi penyemangat bagi penulis selama proses penulisan skripsi.

10. Kepada Pakde dan Bude tercinta di Kota Salatiga dan Semarang, Pakde Harmanto (Alm.), Pakde Sulistyono, Pakde Susanto, Pakde Mujono, Bude Heny, Bude Dewi, Bude Sri, dan Bude Lilis yang selama 4 tahun penulis tinggal jauh dari orangtua, selalu memberikan kasih sayang serta doa.
11. Kepada sepupu-sepupu di Kota Salatiga, Mbak Dina, Mas Adi, dan Mbak Ida yang telah memberikan banyak masukan serta nasehat untuk penulis selama proses penulisan skripsi.
12. Kepada Genny Reviansyah, yang selalu setia mendampingi penulis baik saat suka maupun duka dengan penuh kesabaran. Terima kasih atas doa, nasehat, serta dukungan yang telah diberikan.
13. Keluarga kedua di Kota Semarang, Selli Nisrina Faradilla, Shinta Ayuningrum, Dyah Ayu, Teteh Sheila Suhud, Reinisa Ramadhani, Yeyen Kumalasari, Arum Yulianingsih, dan Yashinta yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan dukungan di hari-hari penulis baik suka maupun duka.
14. Teman-teman satu bimbingan, Adriana Lantika, Sony Wicaksono, dan Resa Pradipta, Laylani Lenggogeni, Enggar Wiem, Legazea Syifa, Daniel Reven, dan Andre Akbar yang saling membantu dan memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi
15. Sahabat-sahabatku di Kota Bandung yang sudah seperti keluarga kedua bagi penulis, Dhini Inassa dan Nabila Heruputri yang selalu setia menjadi pendengar yang baik, memberikan nasehat, dan menjadi penyemangat dikala penulis dalam kondisi duka.

16. Keluarga Besar Kelompok Mahasiswa Wirausaha (KMW) angkatan 2011 dan 2012, terima kasih atas kepengurusan selama satu tahun bersama kalian yang sangat berharga.
17. Teman-teman KKN TIM II UNDIP 2016 Desa Sambeng, Kabupaten Magelang : Dania Afianti, Cucuk Senja, Dyah, Veryawan, Iqbal Setyo, Eri Rajasa, Ejot, Wisnu, Samuel, Dira, dan Chika yang sudah berbagi cerita suka dan duka selama 35 hari.
18. Teman-teman belajar dan seperjuangan jurusan manajemen angkatan 2012 yang selalu menjadi teman belajar bersama selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
19. Seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi dan kehidupan penulis di Kota Semarang dan Kota Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 2 September 2016

Yang membuat pernyataan,

Sonia Hasnari
12010112140283

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penelitian	13
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Keunggulan Bersaing	15
2.1.2 Kualitas Produk	17
2.1.3 Inovasi Produk	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	23
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	25

BAB III: METODE PENELITIAN	26
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.1.1 Variabel Penelitian	26
3.1.2 Definisi Operasional	26
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Data Primer	31
3.3.2 Data Sekunder	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.4.1 Kuesioner	32
3.4.2 Studi Pustaka	33
3.5 Teknik Analisis	33
3.5.1 Uji Instrumen Data	33
3.5.1.1 Uji Validitas	33
3.5.1.2 Uji Realibilitas	33
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.5.2.1 Uji Normalitas	34
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	35
3.5.2.3 Uji Heteroskedstisitas	35
3.5.3 Analisis Linier Berganda	36
3.5.4 Pengujian Hipotesis	37
3.5.4.1 Uji Goodness of Fit	37
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	37
3.5.4.3 Uji F	38

3.5.4.4 Uji t.....	38
BAB IV: HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.2. Gambaran Umum Responden.....	41
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	46
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Kualitas Produk.....	48
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Inovasi Produk	49
4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Keunggulan Bersaing.....	51
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban Harga Kompetitif	52
4.4 Analisis Hasil Penelitian	54
4.4.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	55
4.4.1.1 Uji Reliabilitas	55
4.4.1.2 Uji Validitas	56
4.4.2 Asumsi Klasik	58
4.4.2.1 Uji Normalitas	58
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	63
4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	64
4.4.3 Uji Regresi Linear Berganda	66
4.4.4 Uji Goodness Of Fit	69
4.4.4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	69
4.4.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)	71
4.4.4.3 Uji Parsial (Uji T)	73
4.5 Pengujian Hipotesis	75
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1	76
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2	76
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3	77

BAB V: PENUTUP

5.1 Ringkasan Penelitian	78
5.2 Kesimpulan	80
5.2.1 Kesimpulan Atas Hipotesis	80
5.2.1.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	80
5.2.1.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing	81
5.2.1.3 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian	82
5.2.2 Kesimpulan atas Masalah Penelitian	83
5.3 Implikasi	85
5.3.1 Implikasi Teoritis	85
5.3.2 Implikasi Kebijakan	86
5.4 Keterbatasan Penelitian	89
5.5 Penelitian yang Akan Datang	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	94
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN	103
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan PT. Kinarya Beton Tahun 2013-2015.....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Bangunan yang Pernah Dibangun.....	45
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan	46
Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.9 Nilai Indeks Variabel Inovasi Produk.....	50
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk	50
Tabel 4.11 Nilai Indeks Variabel Keunggulan Bersaing	51
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing	52
Tabel 4.13 Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.16 Uji Validitas	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas Struktur I	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktur I	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Struktur II	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Kelayakan Model Struktur I	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Kelayakan Model Struktur II	71
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Struktur I	72
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Struktur II	73

Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur I	74
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji T) Struktur II	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Plat Beton “Flyslab” Tampak Atas (a).....	4
Plat Beton “Flyslab” Tampak Tiga Dimensi (b)	5
Gambar 1.2 Pemasangan Plat Beton “Flyslab”	5
Gambar 1.3 Pengecoran Beton Konvensional Tampak Bawah (a).....	6
Pengecoran Beton Konvensional Tampak Atas (b)	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
Gambar 3.1 Indikator Variabel-variabel Hipotesis	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur I.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probably Plot) Struktur I	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram) Struktur II.....	61
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas (Normal Probably Plot) Struktur II	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Struktur I	65
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas Struktur II	66
Gambar 5.1 Peningkatan Keputusan Pembelian	83
Gambar 5.2 Peningkatan Keputusan Pembelian	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, kemajuan teknologi dan informasi tumbuh dan berkembang sangat pesat. Pesatnya perkembangan serta pertumbuhan teknologi dan informasi ini berdampak pada kebutuhan manusia yang menjadi lebih kompleks dan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Ketatnya persaingan bisnis menuntut pihak-pihak yang terlibat di dalamnya bekerja lebih keras lagi agar keberadaannya tetap diakui oleh para konsumennya. Adanya persaingan yang ketat dengan kompetitor mengharuskan perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen. Suatu perusahaan harus mampu mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini dan mampu memprediksi kebutuhan dan keinginan konsumen di masa depan, dengan memperhatikan kedua hal tersebut maka perusahaan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memenangkan sebuah persaingan bisnis. Diterima atau tidaknya produk yang dijual oleh perusahaan tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen akan membeli produk tersebut.

Kebutuhan bangunan di Indonesia senantiasa selalu bertambah seiring dengan bertambahnya penduduk untuk menunjang segala aktivitasnya. Dengan

semakin terbatasnya lahan pada daerah perkotaan dan pemukiman, kecenderungan dibuat bangunan bertingkat pun semakin tinggi, baik itu pada sektor jasa maupun sektor pemukiman. Sedangkan jenis material yang paling banyak digunakan untuk struktur bangunan tersebut adalah material struktur beton yang mana material dasar pembuat beton dapat diperoleh di sekitar kita. Akan tetapi, penggunaan struktur beton menyebabkan massa bangunan menjadi besar dan menyebabkan gaya gempa menjadi besar pula. Penggunaan struktur beton kurang menguntungkan secara struktural dan struktur menjadi mahal. Menyikapi kondisi seperti itu, yang dapat dilakukan oleh pengusaha konstruksi dalam negeri adalah menghasilkan sebuah produk beton dimana produk tersebut dapat memberikan solusi untuk memecahkan masalah yang terjadi kepada masyarakat Indonesia dalam pembangunan. PT.Kinarya Beton merupakan salah satu perusahaan di sektor industri konstruksi yang mampu memberikan solusi atas permasalahan tersebut.

PT. Kinarya Beton, perusahaan yang baru berdiri selama 5 tahun ini, telah menciptakan sebuah produk plat beton yang dinamakan "Flyslab". "Flyslab" adalah plat beton yang memiliki massa 50% lebih ringan dibandingkan dengan plat beton massif atau konvensional, sehingga penggunaan "Flyslab" pada bangunan bertingkat sangat menguntungkan, baik dari struktur bangunan maupun manajemen konstruksi. "Flyslab" mempunyai perilaku struktur dan kapasitas yang sama dengan plat beton massif atau konvensional, sehingga dalam aplikasinya tetap didesain sesuai fungsi lantai. Dimensi "Flyslab" disesuaikan dengan alat angkat dan mobilisasi yang ada di lapangan agar dapat mengefisiensikan biaya

pemasangan. Saat ini “Flyslab” sudah banyak diaplikasikan di beberapa kota, seperti Salatiga, Batam, Medan, Pekanbaru, Lampung, Bandung, Jakarta, Solo, Jogja, Semarang, Pekalongan, dan Banjarmasin pada beberapa jenis bangunan, rumah sederhana, *real estate*, pertokoan, sekolah, kampus, asrama, kantor, dan hotel. Pelat beton panel seluler “Flyslab” juga sudah mendapatkan sertifikat dari Kementerian Pekerjaan Umum Badan Pembinaan Konstruksi pada Lomba Karya Konstruksi Indonesia 2011 dalam kategori konstruksi Indonesia yang inovatif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

PT. Kinarya Beton menjelaskan pada bukunya yang berjudul “Flyslab, smart solution for multistorey buildings” bahwa keunggulan utama dari produk “Flyslab” ini adalah plat beton memiliki massa yang lebih ringan 50% dibandingkan dengan beton konvensional, sehingga struktur bangunan menjadi lebih efisien. Plat beton yang ringan akan berpengaruh kepada elemen struktur bangunan lainnya seperti balok, kolom, dan pondasi. Massa bangunan yang lebih ringan juga dapat mereduksi gaya-gaya akibat gempa.

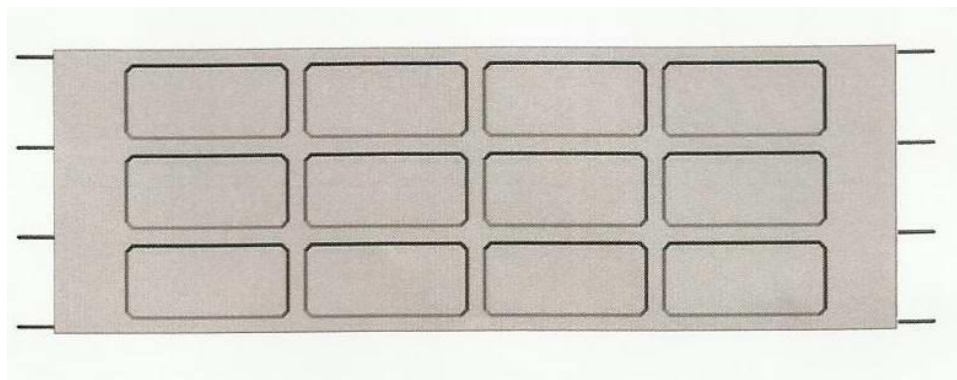
“Flyslab” hanya memerlukan material beton sebanyak 50% dari yang seharusnya, sehingga akan mengurangi eksploitasi pasir, batu, semen, yang merupakan sumber alam yang tidak dapat diperbaharui, oleh karena itu “Flyslab” dapat disebut juga sebagai produk yang ramah lingkungan. Sedangkan keunggulan dalam bidang manajemen konstruksinya adalah mengurangi item pekerjaan, waktu pelaksanaan lebih singkat, tenaga kerja lebih sedikit, dan tidak ada sisa material (*waste material*) sehingga lokasi kerja akan bersih. Dengan

menggunakan produk ini, biaya konstruksi bangunan pun lebih hemat 25%-40% dibandingkan dengan cara konvensional.

Ide dasar pembuatan plat beton “Flyslab” dengan sistem pracetak ini bermula dari banyaknya kelemahan-kelemahan dari beton konvensional. Pada beton konvensional, massa yang dimiliki cukup berat, ditambah lagi dengan penggunaan banyaknya kayu sebagai bekisting dan menggunakan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui dengan porsi yang cukup banyak. Pada pelaksanaannya, pemasangan beton konvensional akan memakan waktu yang lebih lama dan menimbulkan banyaknya *waste material*, baik itu selama proses pengecoran maupun setelahnya. Berikut terdapat beberapa gambar yang dapat menjelaskan perbedaan plat beton “Flyslab” dan beton konvensional :

Gambar 1.1

Plat Beton “Flyslab” Tampak Atas (a)



Plat Beton “Flyslab” Tampak Tiga Dimensi (b)



Sumber : Buku “Flyslab, Smart Solution for Multistorey Buildings”

Gambar 1.2

Pemasangan Plat Beton “Flyslab”



Sumber : Buku “Flyslab, Smart Solution for Multistorey Buildings”

Gambar 1.3

Pengecoran Beton Konvensional Tampak Bawah (a)



Pengecoran Beton Konvensional Tampak Atas (b)



Sumber : google.com

Berdasarkan pengamatan tersebut dapat dilihat bahwa PT. Kinarya Beton telah menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan dengan para pesaingnya. Pemilik PT. Kinarya Beton berharap bahwa dengan banyaknya keunggulan produk yang dihasilkan serta sedikitnya jumlah kompetitor dengan produk yang sejenis, dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian pada produk “Flyslab” . Namun pada faktanya, tingkat penjualan yang terjadi pada PT. Kinarya Beton menurun. Penurunan penjualan “Flyslab” dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.1

Hasil Penjualan PT. Kinarya Beton Tahun 2013-2015

Tahun	Hasil Penjualan
2013	Rp 238.724.663
2014	Rp 664.520.500
2015	Rp 551.101.960

(Sumber : Laporan Penjualan PT. Kinarya Beton)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 PT. Kinarya Beton berhasil meningkatkan hasil penjualan yang cukup drastis dari tahun 2013, yaitu dari Rp 238.724.663 menjadi Rp 664.520.500. Namun, pada tahun selanjutnya, yaitu tahun 2015, terjadi penurunan penjualan produk “Flyslab” dari Rp 664.520.500 menjadi Rp 551.101.960. Dari pemaparan tersebut, bisa disimpulkan bahwa masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah terjadi fluktuasi atau tidak stabilnya tingkat penjualan produk beton “Flyslab” di setiap tahunnya. Perubahan data penjualan “Flyslab” yang tidak stabil ini secara

umum dapat disimpulkan bahwa penjualan pada PT. Kinarya Beton cenderung mengalami penurunan dari waktu ke waktu.

Kompetitor-kompetitor beton yang memiliki daya saing lebih unggul bisa menjadi salah satu sebab terjadinya penurunan volume penjualan pada PT. Kinarya Beton. Sehingga, ada kemungkinan masyarakat lebih memilih untuk membeli produk dari perusahaan lain daripada produk beton “Flyslab” milik PT. Kinarya Beton. Tumbuhnya para pesaing yang semakin unggul menyebabkan PT. Kinarya Beton mengalami hambatan yang lebih sulit dalam meningkatkan atau mempertahankan pangsa pasar di kategori produk beton. Lambat laun hal ini akan berpengaruh pada volume penjualan produk beton “Flyslab” dan apabila dibiarkan, bukan hal yang tidak mungkin PT. Kinarya Beton tidak akan dapat mempertahankan eksistensi dan kalah dalam persaingan diantara pelaku bisnis beton di Indonesia. PT. Kinarya Beton harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian agar mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya. Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2009) adalah keputusan para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan, konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Persaingan pasar sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam melakukan pemasarannya (Simamora, 2001). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi mereka, apa kekuatan dan kelemahan mereka, dan bagaimana pola reaksi mereka dalam menghadapi pesaingannya.

PT. Kinarya Beton membutuhkan strategi-strategi khusus yang harus diterapkan untuk mempertahankan para konsumennya. Salah satu yang harus dilakukan adalah menerapkan strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing, karena pada dasarnya konsumen lebih tertarik dan memilih perusahaan yang memiliki daya saing lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis. Menurut Kotler (2005), persaingan adalah bagaimana perusahaan mampu menonjolkan produk unggulannya agar dapat dibandingkan dengan produk perusahaan lainnya. Umumnya, perusahaan akan melakukan berbagai strategi-strategi yang bersangkutan dengan kebijakan yang akan digunakan agar tujuannya tercapai. Keunggulan bersaing merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan atau memberi nilai lebih kepada konsumennya dibandingkan dengan pesaing lainnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan mampu mencapai keunggulan bersaing apabila perusahaan tersebut berhasil menerapkan *value creating strategy* yang tidak dilakukan oleh perusahaan lain pada waktu yang sama (Barney & Hesterly, 2008). Heizer & Render (2005) memberi pernyataan bahwa “*Competitive advantage implies the creation of a system that has a unique advantage over competitors. The Idea is to create customer value in an efficient and sustainable way*”, sehingga dapat diartikan dalam membangun keunggulan bersaing, perusahaan disarankan untuk membentuk sebuah sistem yang unik dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing yang bertujuan untuk memberikan nilai yang baik bagi konsumen dengan efisien dan dapat dipertahankan. Keunggulan bersaing merupakan bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Jahanshahi, Rezaie,

Nawaser, Ranjbar, & Pitamber (2012) berpendapat bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil sesungguhnya yang dihasilkan sebuah perusahaan yang kemudian diukur dan dibandingkan dengan hasil yang diharapkan. Untuk menghasilkan kinerja yang menguntungkan, maka perusahaan harus melakukan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Apabila suatu perusahaan ingin memperoleh keunggulan bersaing yang juga akan berdampak pada keputusan pembelian, maka perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menyajikan setiap proses dalam operasi bisnisnya secara lebih baik sehingga dapat menghasilkan produk yang mempunyai kualitas tinggi, berinovasi, dan harga yang bersaing.

Kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar atau konsumen (Deming, 1982). Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Konsumen akan lebih menyukai perusahaan yang menghasilkan produk-produk dengan fitur-fitur menarik dan inovatif. Kualitas dapat ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, termasuk di dalamnya terdapat daya tahan, ketergantungan pada produk, eksklusif, kenyamanan, dan wujud luar (warna, bentuk, pembungkus).

Tidak hanya memfokuskan kepada kualitas produk, perusahaan juga harus menciptakan inovasi pada produk guna meningkatkan keunggulan bersaing. Ketika suatu perusahaan menciptakan inovasi pada produknya, maka produk tersebut akan terlihat lebih berbeda dengan produk yang dihasilkan oleh pesaingnya. Song dan Parry (1997) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru

(hingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis).

Berdasarkan latar belakang dari fenomena yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi pada PT. Kinarya Beton adalah terjadinya penurunan penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini terfokus pada pengaruh analisis kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam keputusan pembelian produk “Flyslab” di PT. Kinarya Beton. Maka, dengan ini, dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Produk Plat Beton Flyslab. (Studi Kasus pada PT. Kinarya Beton Salatiga)”**

1.2. Rumusan Masalah

Persaingan bisnis pada kategori produk beton yang semakin ketat mengharuskan tiap-tiap perusahaan saling berlomba-lomba menciptakan produk terbaiknya agar diminati oleh masyarakat. PT. Kinarya Beton, salah satu perusahaan penghasil beton, merupakan perusahaan yang sudah berhasil menciptakan berbagai keunggulan produk yang diharapkan dapat menarik pelanggannya. Namun, faktanya, terjadi penurunan hasil penjualan dari tahun 2014 ke tahun 2015. Maka dari itu, PT. Kinarya Beton perlu memperbaiki kinerja perusahaannya agar tidak lagi mengalami penurunan penjualan di tahun berikutnya.

Berpijak dari latar belakang masalah tersebut, maka masalah yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana meningkatkan keputusan pembelian plat beton “Flyslab”?” Berdasarkan masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing
2. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing
3. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap keputusan pembelian

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada pihak manajemen PT. Kinarya Beton dalam hal perumusan strategi pemasaran yang tepat dalam melakukan penjualan produk beton “Flyslab”. Dengan itu, diharapkan

perusahaan dapat menghadapi ketatnya persaingan bisnis dan meningkatkan penjualannya.

2. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai penerapan kerja yang sesungguhnya pada perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga merupakan salah satu sarana yang dapat membantu peneliti untuk mengaplikasikan teori-teori manajemen yang sudah dipelajari sebelumnya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu membantu para peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang sudah ada dengan menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi.

1.5. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka perlu disusun sistematika penulisan yang berisi informasi pada tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan yang digunakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, populasi dan sampel yang diteliti, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden , analisis data dan interpretasi data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan.