



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan pertumbuhan industri perikanan saat ini sangatlah pesat. Hal ini dikarenakan kayanya perikanan Indonesia, dengan berbagai *brand*, mutu dan teknologi pengolahan ikan. Hal ini menunjukkan dalam industri perikanan terjadi persaingan yang sangat ketat, masalah tersebut di satu sisi merupakan ancaman (*threat*), tapi di sisi lain merupakan peluang (*opportunity*).

Industri perikanan agar tetap mampu bersaing di dalam pasar lokal, maka harus tetap konsisten dalam menjaga persaingan harga, kualitas produk, dan citra perusahaan. Sebut saja perusahaan yang bersaing ketat dalam industri perikanan seperti Japfa, Cargill, dan lain sebagainya, sehingga perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu barang. Strategi yang dapat digunakan perusahaan adalah peningkatan kualitas produk dan persaingan harga yang sehat serta menjaga citra baik perusahaan.

PT. Aquafarm Nusantara Medan adalah salah satu perusahaan industri perikanan yang berada di Medan, sebagai perusahaan pengolah ikan nila budidaya terintegrasi terbesar di Indonesia. PT. Aquafarm Nusantara Medan adalah salah satu perusahaan yang dimiliki oleh Regal Spring Group yang berkantor pusat di Boston USA, dimana seluruh perusahaan yang dimiliki Regal Spring Group hanya berfokus pada pengolahan tilapia (nila) budidaya yang terintegrasi. Produk Regal Spring Group sudah menubus pasar Amerika, Eropa, dan Asia. Untuk produk lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan sendiri ada yang sudah berupa produk dan semi produk, dimana pengolahannya menggunakan teknologi dan sumber daya manusia yang handal serta *quality control* yang terlatih. Begitu pula dengan harga yang mampu bersaing di pasar lokal.

Harga bagi para konsumen adalah hal penting dalam melakukan pembelian, faktor harga selalu menjadi pertimbangan para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator mutu. Konsumen sering pula menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya [1]. Dari hasil peneliti terdahulu menyimpulkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian [2]. Namun dari hasil peneliti terdahulu lainnya

menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian [3].

Fenomena yang terjadi pada PT. Aquafarm Nusantara Medan, Harga dianggap tidak terlalu mempengaruhi Keputusan Pembelian. Ketika perusahaan menaikkan harga produknya penjualan tetap stabil, bahkan informasi yang didapatkan langsung dari *General Manager* PT. Aquafarm Nusantara Medan, terjadi peningkatan penjualan dikarenakan selain kenaikan harga perusahaan juga melakukan inovasi produk dan peningkatan mutu pada produknya. Inovasi produk yang dilakukan perusahaan sangat memberikan kemudahan pada pelanggan. seperti produk *means*, dimana para pelanggan tidak di persulit lagi dengan masalah pengilingan untuk di jadikan bakso, karna produk tersebut sudah berupa gilingan yang halus.

Kualitas produk memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian, dengan kualitas produk yang baik maka itu adalah strategi untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, kualitas produk sebagai salah satu cara meningkatkan daya saing yang harus sesuai dan mampu memenuhi harapan konsumen. Karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan [4]. Kualitas merupakan seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat [1]. kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain [4]. dari hasil peneliti terdahulu menyimpulkan, bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan Terhadap Keputusan Pembelian [5] Namun dari hasil peneliti terdahulu lainnya menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [6].

Pada PT. Aquafarm Nusantara Medan, kualitas produk sangat di akui perusahaan sebagai ujung tombak suatu keputusan pembelian, dari pernyataan *General Manager* perusahaan, kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana setiap kali perusahaan melakukan inovasi dan peningkatan kualitas produk, maka jumlah permintaan akan produk tersebut meningkat bahkan tidak mampu memenuhi permintaan pelanggan sehingga terjadi sistem jatah atau kuota

pada setiap pelanggan. Perusahaan meningkatkan kualitas produknya yang dimana dulu seluruh produk perusahaan berupa beku, namun kini hampir seluruh produk yang di sediakan PT. Aquafarm Nusantara Medan dalam keadaan *Fresh*.

Citra perusahaan adalah bagian penting dalam keputusan pembelian, citra perusahaan selalu menjadi pertimbangan penting para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. dimana citra perusahaan selalu menyangkut nama baik perusahaan serta konsistensinya di dalam memberikan pelayanan serta menjaga mutu produk. Citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi [7]. dari hasil peneliti terdahulu Menyimpulkan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian [8] namun dari hasil peneliti terdahulu lainnya menyimpulkan bahwa Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [9].

Citra perusahaan yang di bangun oleh PT. Aquafarm Nusantara Medan sudah cukup baik, sejak pertama berdiri pada tahun 1997 perusahaan mulai menguatkan posisinya sebagai perusahaan yang peduli akan lingkungan sekitar, dimana sangat sering perusahaan melakukan kegiatan – kegiatan sosial seperti kegiatan agama dan sosialisasi pada masyarakat sekitar dan pelanggan. Tidak sampai disana, pada tahun 2010 perusahaan berhasil mengatasi masalah pada limbah hasil proses dengan mengolahnya menjadi solar, sebelumnya permasalahan limbah sangat menjadi hal krisis untuk perusahaan karna seringnya terjadi aksi demo dari warga sekitar. Dari segi pelayanan sendiri beberapa pelanggan mengakui bahwa perusahaan terus membenahi diri dalam hal pelayanan, keramahan serta profesional perusahaan dalam melayani keluhan ataupun pembelian para pelanggan setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan.

Berdasarkan dari kajian-kajian di atas, penulis mencoba mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Maka rumusan masalah dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal pada PT. Aquafarm Nusantara Medan ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal pada PT. Aquafarm Nusantara Medan ?
3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal pada PT. Aquafarm Nusantara Medan ?
4. Apakah Harga, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal pada PT. Aquafarm Nusantara Medan ?

1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, ruang lingkup untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independen yang akan diteliti adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Citra Perusahaan (X3) dan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian Produk Lokal (Y).
2. Objek penelitian adalah PT. Aquafarm Nusantara Medan.
3. Tahun pengamatan yaitu tahun 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan.

4. Untuk melihat pengaruh yang dominan pada Harga, Kualitas produk, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal PT. Aquafarm Nusantara Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis, terdiri dari :

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan terhadap keputusan pembelian.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian – penelitian lain di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu PT. Aquafarm Nusantara Medan tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, maupun pelaksanaannya sesuai dengan prinsip perusahaan

1.6 Originalitas

Penelitian merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan (2015), dengan judul “Pengaruh Harga dan kualitas Produk pada keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan k-omega Squa pada PT. K-link Nusantara Palembang”.

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel harga dan kualitas produk sedangkan penelitian ini menambahkan variabel citra perusahaan. Alasan peneliti menambahkan variabel citra perusahaan adalah. Citra perusahaan adalah persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap barang atau jasa yang memperkuat loyalitas merek dan meningkatkan pembelian ulang [10]. Maka dari itu peneliti menambahkan variabel Citra perusahaan.
2. Pengamatan sebelumnya pada tahun 2015, penelitian ini dilakukan pada tahun 2017.
3. Objek penelitian sebelumnya pada PT. K-link Nusantara Palembang, penelitian ini dilakukan pada PT. Aquafarm Nusantara Medan.