

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam menjalankan usaha pada masa kini, tidak terlepas dari berbagai strategi yang dilakukan oleh perusahaan demi memajukan bisnisnya. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memajukan usahanya dengan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang baik, untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya. Beberapa strategi pemasaran yang selalu menjadi perhatian suatu perusahaan seperti meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Melalui strategi-strategi tersebut perusahaan akan dapat menciptakan keputusan pembelian konsumen akan produk yang ditawarkan. Perusahaan CV. Putera Fajar merupakan sebuah perusahaan yang menghasilkan kerupuk. Dimana konsumen dari produk kerupuk adalah konsumen yang akan menjual kembali.

Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu pilihan yang telah ditentukan oleh pembeli dalam memenuhi suatu kebutuhan yang dianggap baik [1]. Keputusan pembelian adalah proses atau tahap yang dilakukan oleh konsumen dalam memutuskan untuk memilih dengan mengevaluasi, mencari solusi atau alternatif dalam menentukan pilihan sesuai yang diinginkan [2]. Keputusan pembelian sangatlah diperlukan oleh setiap konsumen untuk menentukan pilihan dalam membeli suatu barang atau produk. Berdasarkan definisi diatas, dapat dilihat bahwa dalam melakukan pembelian itu perlu proses seleksi untuk menilai produk yang baik dan dianggap berkualitas sehingga konsumen tidak merasa rugi dengan apa yang dibelinya, dimana konsumen akan membandingkan diantara beberapa produk yang akan dibelinya.

Proses pengambilan keputusan pembelian sangatlah dipengaruhi oleh suatu perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya suatu proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Dalam keputusan pembelian, ada berbagai faktor yang mempengaruhi para konsumen agar dapat memilih atau membeli seperti kualitas produk, harga, promosi, kualitas pelayanan yang diberikan, itu semua akan mempengaruhi bisnis serta majunya suatu usaha. Namun dengan demikian pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh setia para konsumen itu semua berasal dari pribadi masing-masing tanpa adanya paksaan dari pihak manapun atau dari perusahaan.

Selain itu perusahaan haruslah menyediakan pelayanan yang baik demi memberikan kepuasan kepada konsumen baik secara pelayanan yang diberikan oleh karyawan, produk-produk

yang akan dipasarkan, serta pelayanan dalam memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa. Hal-hal seperti diatas akan mempengaruhi perkembangan usaha yang akan dijalankan oleh setiap perusahaan. Perkembangan suatu usaha atau bisnis tentu akan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk.

Produk merupakan suatu barang yang akan dijual kepada konsumen untuk di promosikan agar pembeli dapat membelinya sesuai dengan kebutuhannya [3]. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andry Nurdin Pratama (2019), yang berjudul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kerupuk, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk [4]. Produk yang memiliki kualitas yang lebih baik akan mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen dengan jaminan produk tersebut tidak mengecewakan dan sesuai dengan yang diharapkan. Pada survei yang dilakukan menurut pendapat salah satu konsumen mengatakan bahwa perusahaan CV. Putera Faja menyediakan produk yang baik, namun akan tetapi produk yang sampai pada tangan pelanggan kadang mengalami kerusakan dan produk tersebut tidak dapat dikembalikan lagi. Ketika di kabarkan di perusahaan maka respon perusahaan tersebut tidak dapat diganti dikarenakan dari tempat pemesanan tidak mengalami kerusakan produk dan telah dibungkus/packing dengan baik. Penjelasan yang diperoleh dari konsumen tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh pelanggan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan atau konsumen untuk memperoleh produk tersebut [5]. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang yang dinyatakan dalam suatu mata uang alat tukar, dimana harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu untuk digunakan dalam suatu proses pembelian [6]. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anang Ardiansyah (2019), yang berjudul pengaruh Harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madium, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian [7]. Dalam dunia bisnis soal harga suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi suatu keberhasilan perusahaan dari penjualan produknya. Dengan demikian harga juga bisa menjadi utama dalam melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan. Berdasarkan survei awal yang dilakukan di CV. Putera Fajar, dimana dari sebagian konsumen yang dilakukan wawancara mengatakan bahwa harga yang diberikan memang dapat dijangkau oleh para

konsumen, namun kadang juga harga naik secara tiba-tiba sehingga ada pun barang sebagian dibatalkan pemesanannya, karena kenaikan harga yang terjadi tiba-tiba tersebut perusahaan tidak memberikan informasi kepada konsumen.

Dalam mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas pelayanan menjadi faktor yang selalu diperhatikan oleh konsumen. Dimana kualitas pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang diberikan oleh perusahaan atau pekerja kepada konsumen dengan sikap yang mencerminkan kelembutan, empati, respon yang baik serta tindakan-tindakan memperlakukan pelanggan dengan hormat dan ramah [8]. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daniel Okki Rizki Kesuma Adi (2018) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk keripik tempe dan sanan, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [6]. Dari survei yang dilakukan, dimana pendapat dari salah satu konsumen mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan CV. Putera Fajar pada konsumen baik, seperti melakukan packing atau pengemasan barang dengan rapi, aman, dan ketepatan waktu dan tepat dalam pengiriman barang namun, terdapat pelayanan karyawan yang kurang cepat dan sigap dalam menerima pesanan dari konsumen sehingga ada sebagian pesan yang terabaikan dan baru dibalas setelah beberapa jam. Hal keterlambatan respon tersebut di karenakan pemesanan yang masuk di CV. Putera Fajar banyak sehingga ada yang terlambat dalam membalas setiap pemesanan dari konsumen. Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang utama dalam menarik minat para pembeli dimana konsumen akan merasa terkesan baik dengan pelayanan yang mereka terima saat berbelanja di CV. Putera Fajar sehingga para konsumen akan selalu datang kembali untuk membeli di perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.

2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.

1.3. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini terdapat ruang lingkup sebagai batas-batas dari penelitian yang akan digunakan, yaitu pengaruh :

1. Judul penelitian: Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.
2. Variabel penelitian:
Variabel X yaitu:
 X_1 : Kualitas produk
 X_2 : Harga
 X_3 : Kualitas pelayanan
Variabel Y : Keputusan pembelian kerupuk PF
3. Objek penelitian : CV. Putera Fajar Medan
4. Periode pengumpulan data dimulai dari bulan Juni sampai Juli 2022

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis harga terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan masukan secara teori bagi CV. Putera Fajar Medan dalam menetapkan kebijakan dalam mengembangkan produk-produk yang berkualitas yang sesuai dengan konsumen, menetapkan harga produk dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga mampu menarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian mereka terhadap kerupuk PF yang ditawarkan oleh CV. Putera Fajar Medan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi perusahaan CV. Putera Fajar Medan dalam menyelesaikan masalah yang terjadi salah satunya tentang produk yang sampai di tangan konsumen kadang mengalami kerusakan, sementara dari perusahaan telah di packing dengan baik dan produk yang di pesan dalam keadaan baik, sehingga dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan kualitas produk, harga maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut sehingga para pelanggan merasa puas dengan pelayanan perusahaan dan memberikan keputusan untuk tetap berbelanja atau membeli di perusahaan CV. Putera Fajar.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan repliasi dari penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik dan Tempe Sanan di Paguyuban Sentra tahun 2021” [9].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut ini :

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian sebelumnya adalah menggunakan variabel kualitas produk, harga dan promosi, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini mengganti variabel promosi menjadi variabel kualitas pelayanan karena terdapat penelitian terdahulu yang memberikan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh atau signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan secara teorinya kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain seperti tamu

maupun pembeli dengan mencerminkan tindakan, sikap dan perilaku yang terkesan bagi para pelanggan yang di nilai baik. Pelayanan yang baik akan mempengaruhi majunya dan berkembangnya usaha yang akan di jalankan pada masa sekarang ini sehingga orang lain akan selalu setia berkunjung untuk data berbelanja di suatu perusahaan atau ingin membeli dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan [10].

Sehingga membuat peneliti tertarik untuk menambah variabel kualitas pelayanan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian sebelumnya adalah pelanggan atau konsumen yang melakukan pembelian di Paguyuban Sentra kota Malang, sedangkan penelitian dilakukan di CV. Putera Fajar Medan.

