

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan produk impor di Indonesia yang semakin pesat, di tandai dengan munculnya perusahaan yang menjual produk impor di seluruh Indonesia. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk berkembang, mencapai dan mempertahankan produk yang dijual. Perusahaan bersaing secara ketat dengan menawarkan berbagai kualitas produk sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan, selain berkaitan dengan kualitas produk, citra merek suatu produk, dan harga produk juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan terjadinya pembelian atau tidaknya suatu produk. Perkembangan produk impor dapat diketahui dari adanya data peningkatan impor buah-buahan April 2022 pada Apel mengalami kenaikan sebesar 113,48% (MoM). Kemudian kenaikan Pir sebesar 71,42% (MoM) serta kenaikan Anggur sebesar 39,63% (MoM). Data ini diambil dari Badan Pusat Statistik (17 Mei 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki ketergantungan impor terhadap buah-buahan subtropis. Salah satu perusahaan pengimpor buah yaitu PT. Indo Kencana Niaga yang bergerak pada usaha bahan pangan buah-buahan impor.

Sebuah keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen atas dasar keinginan dan kebutuhan hidupnya terhadap produk. PT. Indo Kencana Niaga harus memperhatikan produk yang dijual agar sesuai dengan yang diinginkan konsumen sehingga keputusan pembelian akan terjadi. Kualitas produk termasuk faktor penting terjadinya sebuah keputusan pembelian. Semakin baik suatu kualitas produk dan sesuai dengan harapan konsumen maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Mustika Sari & Piksi Gaesha, 2021) menunjukkan hasil bahwa adanya dampak positif dari kualitas produk yang bagus. Hal ini berarti kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh (Supriyadi et al., 2017) menunjukkan hasil bahwa produk dengan kualitas terbaik belum tentu dapat memasuki suatu pasar. Hal ini berarti kualitas produk tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk

yang di miliki PT. Indo Kencana Niaga tidak terlalu baik, hal tersebut dilihat dari adanya komplain yang dilakukan konsumen dalam bentuk chat.

Gambar 1. 1 Komplain Pelanggan (Kualitas Produk)

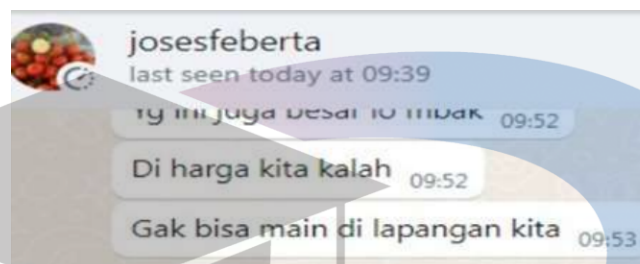


Perusahaan harus mampu menciptakan citra yang baik di mata konsumen. Dalam membangun citra yang baik perlu memahami perilaku keputusan pembelian konsumen yang harus dipenuhi agar mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (I. W. A. Wijaya et al., 2020) menunjukkan hasil bahwa semakin baik citra merek maka akan semakin baik keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh (Zuhad, 2023) menunjukkan hasil bahwa citra merek suatu produk tidak menjadi faktor konsumen melakukan pembelian. Hal ini berarti bahwa citra merek tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Merujuk pada penelitian lain (Amilia & Asmara, 2017) menunjukkan hasil citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara pada penelitian (Sari et al., 2014) menunjukkan hasil citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan adanya perbedaan hasil dari beberapa peneliti terdahulu yang menyatakan citra merek berpengaruh dan tidak berpengaruh maka peneliti tertarik untuk meneliti citra merek sebagai salah satu indikator dalam penelitian ini.

Harga yang terjangkau dan dapat bersaing dengan pasar membuat konsumen mudah membuat keputusan dalam pembelian. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Gunarsih et al., 2021) menunjukkan hasil bahwa dimensi harga seperti harga terjangkau, harga yang sesuai dengan manfaat, dan harga mampu bersaing dengan produk lain akan mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu penelitian yang dilakukan

oleh (Destarini & Prambudi, 2020) menunjukkan hasil bahwa secara empiris harga yang mampu bersaing akan kalah dengan produk yang dimiliki. Hal ini berarti bahwa harga tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan PT. Indo Kencana Niaga kurang dapat bersaing. Hal tersebut dilihat dari adanya komplain yang dilakukan konsumen dalam bentuk chat, sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Komplain Pelanggan (Harga)



Minat beli konsumen sangat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian. Minat beli membuat konsumen akan memiliki dorongan keyakinan ataupun keinginan memiliki suatu produk. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Solihin, 2020) menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi minat beli konsumen maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian pelanggan. Hal ini berarti minat beli sebagai variabel intervening dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Indra Kusuma et al., 2017) menunjukkan hasil bahwa konsumen yang telah memiliki minat beli belum mampu meningkatkan pada keputusan pembelian.

Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan minat beli dengan menciptakan kepuasan konsumen terhadap produk sehingga keputusan pembelian dapat terjadi. Citra merek dapat memperkuat minat beli dengan membentuk identifikasi konsumen terhadap merek. Harga yang terjangkau tentu akan merangsang minat beli dengan menciptakan persepsi nilai yang baik. Hal ini membuktikan kualitas produk, citra merek, dan harga suatu produk dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan minat beli berperan sebagai jembatan yang menghubungkan faktor-faktor tersebut dan membentuk landasan yang kuat bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian yang memuaskan. Dikarenakan adanya inkonsistensi hasil pada penelitian terdahulu mengenai minat beli sebagai variabel intervening maka peneliti tertarik untuk meneliti minat beli sebagai variabel intervening, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buah PT. Indo Kencana Niaga Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
8. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
9. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga?
10. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga?

1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (X)
2. X1 : Kualitas Produk
3. X2 : Citra Merek
4. X3 : Harga
5. Variabel Intervening (Z) : Minat Beli
6. Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
7. Objek Penelitian : PT. Indo Kencana Niaga
8. Subjek Penelitian : Pelanggan PT. Indo Kencana Niaga
9. Periode Penelitian : 2023-2024

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.

8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli buah pada PT. Indo Kencana Niaga.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian buah pada PT. Indo Kencana Niaga.

1.5 Manfaat

Dengan dilaksanakannya penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna untuk mengungkapkan hal penting yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan pada PT. Indo Kencana Niaga sehingga dapat meningkatkan kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada bidang manajemen pemasaran dalam hal pengembangan dan peningkatan kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada PT. Indo Kencana Niaga. Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada PT. Indo Kencana Niaga.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Para Pedagang Buah pada PT. Aneka Buah Pratama Rantau prapat”. Penelitian terdahulu juga diperlukan untuk melengkapi bahan referensi penelitian ini. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk dan satu variabel terikat yaitu minat beli sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, citra merek, dan harga

serta satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian adapun perubahan variabel minat beli sebagai variabel intervening. Alasan penambahan variabel citra merek dikarenakan saat melakukan observasi pada PT. Indo Kencana Niaga responden membeli produk berdasarkan citra perusahaan tersebut dan adanya perubahan variabel minat beli sebagai variabel intervening dan penambahan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat dikarenakan adanya keinginan untuk melihat apakah minat beli dapat memediasi variabel bebas dan terikat. Objek penelitian sebelumnya meneliti Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Para Pedagang Buah pada PT. Aneka Buah Pratama Rantau prapat sedangkan objek penelitian ini meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Indo Kencana Niaga.

2. Subjek penelitian sebelumnya merupakan pedagang buah pada PT. Aneka Buah Pratama sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan pada PT. Indo Kencana Niaga.

UNIVERSITAS MIKROSKIL