

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju khususnya di bidang ekonomi, pemasaran memiliki peranan sangat penting dalam segala kegiatan bisnis. Perusahaan harus dapat menentukan harga, citra merek dan kualitas produk yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan Amilia & Asmara (2017). Konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap *survive*. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut Yoebrilianti (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Mokoagouw (2016) dan Ratnaningrum (2016) menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor-faktor terkait harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain keterjangkauan harga, perbandingan antara harga dan manfaat yang diterima, serta kemampuan bersaing dengan harga merek lain Ratnaningrum (2016). Produk yang memiliki harga yang terjangkau dapat menarik minat beli dan memutuskan untuk membelil, lebih banyak konsumen dengan latar belakang ekonomi yang lebih beragam. Produk yang memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima dan mampu bersaing dengan harga merek lain juga dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membelinya. Dengan kata lain harga dan kualitas produk merupakan bagian penting untuk menentukan seorang konsumen untuk memutuskan pembelian pada suatu produk tertentu.

Citra merek yang baik dapat tertanam di hati konsumen dan menjadi pembeda antara produk yang lain. Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konzzsumen, seperti yang di cerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen”. Menurut Firmansyah (2018:87) citra merek (brand image) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra merek dapat dikatakan apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Image konsumen yang positif terhadap suatu brand image lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. UD Primadona selalu menjaga citra merek yang baik dimata konsumen.

Menurut Samsul Ramli (2013:51) dalam Indrasari (2019:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relative dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Faktor terakhir ialah kualitas produk, menurut Kotler (2003:283) dalam Rangkuti (2009:130) kualitas produk adalah suatu dari salah satu alat yang paling sering di gunakan oleh pemasar untuk melakukan positioning. Masing-masing variabel tersebut berinteraksi satu sama lain untuk menciptakan suatu permintaan terhadap produk tersebut yang dapat memberikan manfaat dan diterima baik oleh konsumen.

Keputusan tentang pembelian produk menjadi isu yang menarik dalam dunia usaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil sejumlah penelitian yang menunjukkan hasil beragam, misal penelitian Yunianto dan Saputro (2016) hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel promosi ,variabel harga, variabel kualitas produk, variabel desain, variabel citra merk dan tampilan toko.

Keputusan pembelian merupakan suatu ciri apakah suatu pemasaran yang dilakukan memberikan hasil positif atau tidak, penelitian yang berkaitan dengan permasalahan ini seakan tiada habis. Penelitian yang dilakukan oleh Pujiani (2014) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bahwa variabel produk, harga, distribusi, dan promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lain juga dilakukan oleh

Setiawan (2014) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bahwa baik secara parsial maupun bersama-sama variabel harga, citra merek dan kualitas produk memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, dari penelitian juga dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyadi (2013) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bahwa variabel produk, promosi, dan tempat memberikan pengaruh baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Penelitian lainnya yang memberikan hasil tidak berbeda dilakukan oleh Pratiwi (2017) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bahwa baik secara parsial maupun bersama-sama variabel produk, harga, lokasi dan promosi memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, dari penelitian juga dapat disimpulkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kota Jember memiliki ciri khas makanan yang biasa disebut suwar-suwir. Suwar-suwir merupakan makanan berbahan dasar singkong yang di fermentasi (tape singkong) kemudian diolah dengan beberapa bahan tambahan seperti gula, tepung, pewarna makanan dan lain sebagainya. Para pariwisataawan yang berkunjung ke Jember biasanya membeli suwar-suwir untuk oleh-oleh keluarga dirumah. UD Primadona merupakan salah satu produsen produk olahan singkong di kabupaten Jember dengan produk unggulannya berupa suwar-suwir, prol tape dan brownise tape. Disana lah biasanya pariwisataawan membeli oleh-oleh khas Jember salah satunya produk suwar-suwir.

Hasil wawancara dengan pemilik UD Primadona data penjualan produk suwar-suwir menjelaskan adanya penurunan sejak tahun 2017 hingga 2020. Penjualan Produk suwar-suwir di tahun 2017 yaitu Rp. 35.350.000, menurun di tahun 2018 dengan pendapatan Rp. 33.200.000, kemudian di tahun 2019 pendapatan menjadi Rp. 30.900.000 dan di tahun 2020 pendapatan menjadi Rp. 29.725.000. Menurut (Kotler dan Amstrong, 2014:176) Keputusan pembelian

merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu penelitian terhadap keputusan pembelian produk suwar-suwir pada UD Primadona untuk menganalisa apakah variabel harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan penelitian dari Ferdianto, dkk (2015) yang menggunakan variabel independen dan dependen sama akan tetapi menggunakan lokasi penelitian yang berbeda. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pembaruan atau novelty supaya hasil yang diperoleh akurat pada objek yang sedang diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian suwar – suwir pada UD Primadona?
2. Apakah variabel citra merek terhadap keputusan pembelian suwar – suwir pada UD Primadona?
3. Apakah variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian suwar - suwir pada UD Primadona?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah , maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian suwar – suwir pada UD Primadona
2. Menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian suwar – suwir pada UD Primadona
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian suwar – suwir pada UD Primadona

1.4 Manfaat

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak pemilik perusahaan untuk terus mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan untuk kemajuan usahanya dengan memperhatikan pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Suwar – suwir pada UD Primadona

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh harga citra merek dan kualitas produk dan dampaknya terhadap keputusan pembelian

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.