

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor penting di Indonesia, dimana pertanian sebagai pemenuhan kebutuhan pangan dan penyedia bahan mentah untuk industri. Berhasilnya sektor pertanian merupakan hasil kerjasama antara petani dan pelaku di bidang pertanian. Pertanian menjadi daya tarik masyarakat Indonesia untuk dijadikan sumber penghasilan serta pemenuhan kebutuhan pokok maupun sebagai industri dibidang makanan yang mengolah hasil pertanian tersebut menjadi makanan pokok atau makanan ringan (cemilan). Salah satu sektor pertanian yang menjadi kebutuhan primer setelah padi adalah singkong.

Singkong merupakan salah satu tanaman dibidang agroindustri yang dijadikan sebagai bahan makanan pokok. Tanaman singkong memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan tanaman pertanian lainnya, seperti mudah untuk dibudidayakan, tahan terhadap cuaca panas, dan tahan terhadap hama maupun penyakit. Umbi singkong dapat dijadikan bermacam olahan produk pangan, salah satu produk olahan dari singkong adalah suwar suwir.

UD Mutiara Rasa merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang makanan ringan berupa produk suwar suwir, berlokasi di Desa Pancakarya, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. UD Mutiara Rasa berdiri sejak tahun 2000 yang dinaungi oleh bapak Umar Arifudin sebagai pelaku usaha di UD Mutiara Rasa. Suwar suwir merupakan makanan khas Jember yang berasal dari olahan singkong, dimana singkong tersebut difermentasi sampai menjadi tape kemudian diolah kembali menjadi makanan ringan berupa suwar suwir. Dengan pengolahan yang cukup mudah, banyak pelaku usaha atau industri khususnya dibidang kuliner memproduksi olahan singkong menjadi produk suwar suwir. Banyaknya pelaku usaha yang menghasilkan produk sejenis, mengharuskan pihak dari perusahaan

untuk terus meningkatkan kualitas produk serta loyalitas terhadap pelanggan atau konsumen.

Konsumen dalam membeli produk berupa barang atau jasa mempunyai tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Abubakar, 2018:82). Mulculnya pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis, konsumen cerdas dalam memilih produk yang diinginkan. Perusahaan dituntut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen disamping banyaknya persaingan bisnis yang ada. UD Mutiara Rasa dengan adanya persaingan bisnis tersebut, tetap memiliki pelanggan atau konsumen yang ramai untuk membeli produk suwar suwir. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti citra merek, kualitas produk, harga dan promosi.

Menurut Daga (2017:23) citra merek adalah persepsi konsumen untuk mengevaluasi suatu produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk yang akan di beli. Citra merek yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk serta dapat dijadikan pembeda dengan produk pesaing yang sejenis. UD Mutiara Rasa selalu menjaga citra merek pada produk suwar suwir dengan menciptakan citra atau *image* yang positif dimata konsumen.

Menurut Danyndra, Tumbel, dan Walangitan (2021) Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk yang ditawarkan oleh UD Mutiara Rasa adalah makanan ringan berupa suwar suwir. Menurut Daga (2017:37) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi, dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk menarik konsumen, UD Mutiara Rasa berupaya meningkatkan kualitas produknya supaya kebutuhan atau keinginan konsumen terpenuhi.

Faktor selanjutnya yang menjadi pengaruh konsumen membeli produk adalah harga. Menurut Hidayat (2020) harga memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen dalam membeli barang akan mempertimbangkan harga dengan harapan produk

yang diperolehnya sesuai dengan harganya. UD Mutiara Rasa telah menyusun harga dari produk suwar suwir dengan memperhatikan konsumen dapat menjangkaunya. Harga yang dipasang untuk produk suwar suwir ini bervariasi sesuai dengan ukuran kemasan atau banyaknya isi produk.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi. Menurut Ernawati (2019) promosi merupakan faktor penting yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Dengan melakukan promosi, perusahaan dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang diciptakannya. Promosi yang dilakukan oleh UD Mutiara Rasa untuk produknya melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, dan *Facebook*. Penawaran lainnya terkait dengan promosi, dilakukan diskon untuk produk disaat tertentu.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memilih produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa sebagai lokasi penelitian karena produk tersebut termasuk produk yang banyak diminati oleh konsumen. Banyaknya perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis ataupun disamping adanya persaingan bisnis, UD Mutiara Rasa tetap memiliki konsumen yang ramai untuk membeli produk suwar suwir tersebut. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa mengenai keputusan pembelian konsumen serta menganalisa dan menguji bagaimana pengaruh variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) di UD Mutiara Rasa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember?

3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menguji variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) secara simultan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.
2. Untuk menganalisis dan menguji variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) secara parsial yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.
3. Untuk menentukan dan menganalisis variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terutama mengenai pengaruh citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.
2. Bagi Perusahaan, hasil penelitian ini dapat di jadikan masukan atau sumber referensi dan motivasi yang membantu perusahaan untuk melihat faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.

3. Bagi Pihak Lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi dan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk suwar suwir di UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.