

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kegiatan usaha merupakan usaha untuk mendapatkan profit yang optimal. Profit yang didapatkan ini digunakan untuk keperluan kebutuhan hidup serta perkembangan kegiatan usaha yang dijalankan. Pada era dimana teknologi dan informasi merupakan hal yang mudah untuk didapatkan, kegiatan usaha menjadi sangat maju dan merupakan hal yang sangat dicari. Pada saat ini negara juga menggalakan peningkatan kegiatan usaha agar perekonomian di Indonesia mengalami peningkatan guna mensejahterahkan rakyat dan menanggulangi masalah ekonomi.

Tujuan tersebut bisa tercapai dengan adanya penguatan fungsi-fungsi di perusahaan agar menjadi pondasi dalam meraih keunggulan bersaing. Pemasaran merupakan fungsi yang memegang peran penting diantara fungsi-fungsi tersebut, dimana terdapat kegiatan merencanakan, mempromosikan dan mendistribusikan barang yang sesuai keinginan konsumen. Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2009:5) "Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya". Pelanggan merupakan pemakai barang atau jasa yang kita pasarkan yang perlu diperlakukan dengan tepat dan merupakan pasar yang perlu diraih agar profit dapat tercapai.

Identifikasi keinginan pelanggan menjadi penting dalam upaya mendapatkan profit. Keinginan pelanggan pada umumnya berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuannya dalam membeli barang. Pelanggan dengan tingkat beli yang lebih rendah akan mementingkan produk yang dapat berfungsi sebagai fungsi utamanya. Namun pelanggan dengan tingkat beli yang tinggi menginginkan nilai lebih dari suatu produk seperti gengsi yang didapatkan saat memakai sebuah produk. Perbedaan kebutuhan pelanggan tersebut memerlukan

identifikasi perilaku dari konsumen tersebut guna dijadikan dasar untuk memahami secara aktual bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Proses pembelian dimulai ketika pembeli memenuhi kebutuhannya dengan produk yang konsumen inginkan. Salah satu tugas dari pemasar adalah menjaga kualitas produk agar konsumen selalu menjadikan produknya berkualitas. Hal tersebut membuat perusahaan harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhannya yang diinginkan oleh konsumen terutama bisnis kuliner.

Kabupaten Jember merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang terkenal sebagai penghasil singkong. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2020, jumlah produksi singkong 2.908.417.0 ton. Sentra penghasil singkong di Jawa Timur salah satunya adalah Kabupaten Jember dengan total produksi singkong pada tahun 2020 sebesar 36.288.0 ton. Sentra penghasil singkong di Kabupaten Jember salah satunya Kecamatan Mayang dengan total produksi singkong pada tahun 2020 sebesar 1.218.00 ton (Badan Pusat Statistik, 2020).

Tape Mayang Madu merupakan usaha UMKM yang merupakan ciri khas oleh-oleh di Jember. Tape Mayang Madu ini terletak di Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang Kabupaten Jember. Usaha ini sudah berdiri sejak tanggal 16 Maret 2020. Data penjualan tape Mayang Madu pada bulan Juni 2022 – bulan Juni 2023 dengan total sebanyak 93.680 kotak. Seiring berkembangnya usaha setiap bulan hasil penjualan mengalami penurunan dari volume penjualan pada produk, hal ini disebabkan adanya persaingan. Beberapa UMKM yang mengolah singkong menjadi tape seperti tape Mayang Sari, tape Sari Madu, tape Sumber Madu, tape Prima Rasa. Berdasarkan beberapa pesaing tape Mayang Madu menyebabkan produsen harus berfikir lebih untuk menghasilkan produk tape singkong yang berkualitas dan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Perilaku pembelian banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian khususnya kualitas produk, harga dan citra merek. Kualitas produk menurut Kotler & Armstrong (2024) dalam Firmansyah (2019:15), *“the product’s ability to perform its functions, which includes its overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, among other important characteristics”* yang artinya Kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya,

yang meliputi daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan secara keseluruhan, di antara karakteristik penting lainnya. Kualitas produk adalah kemampuan untuk mengevaluasi produk dalam hal memenuhi fungsinya, yang merupakan kombinasi dari daya tahan produk, keandalan, akurasi, pemeliharaan dan karakteristik produk lainnya. Sudut pandang pemasar, kualitas harus diukur dari sudut pandang dan reaksi pembeli terhadap kualitas itu sendiri. Produk tape Mayang Madu memiliki kualitas yang bagus seperti rasanya yang manis, tidak memiliki serat dan sangat empuk seperti roti. Pengemasan yang digunakan yaitu kotak kardus yang di dalamnya dilapisi dengan daun pisang supaya aroma dan rasa tape yang dihasilkan menjadi khas dan terdapat desain yang sangat menarik. Produk tape Mayang Madu sudah memiliki legalitas seperti ijin halal, ijin usaha mikro kecil, NIB dan P-IRT. Proses pembuatan tape Mayang Madu terbilang sederhana tetapi sangat terjamin kebersihannya, sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk membeli produk tape Mayang Madu.

Aspek yang perlu diperhatikan selain kualitas produk adalah harga. Menurut Indrasari (2019:36), “Harga adalah nilai dalam rupiah. Namun, dalam situasi lain, harga adalah jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam kasus ini, seorang penjual menggunakan harga untuk membedakan penawarannya dari pesaing. Dalam pemasaran, penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang”. Bagi konsumen, harga merupakan faktor penentu dalam memutuskan membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang diterima lebih besar atau sama dengan nilai yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Jika konsumen merasa manfaat dari produk tersebut lebih kecil dari uang yang dikeluarkan, konsumen akan menganggap produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali sebelum membeli kembali produk tersebut. Harga yang ditawarkan oleh tape Mayang Madu yaitu Rp 15.000 dengan berat 700 gr/kotak. Hal ini cukup terjangkau bagi konsumen tape Mayang Madu sehingga produk tape Mayang Madu sangat laku dibandingkan pesaing lainnya yang ada di Kabupaten Jember seperti tape Mayang Sari, tape Sari Madu, tape Sumber Madu dan tape Prima Rasa.

Aspek selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah citra merek. Asosiasi Pemasaran Amerika (Kotler dan Keller, 2009:258), mendefinisikan merek sebagai “nama, frase, tanda, lambang, desain, atau kombinasinya yang digunakan untuk menunjukkan barang atau jasa yang dijual oleh satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan merek pesaing”. Citra merek yang terpelihara dengan baik memiliki konsekuensi positif, seperti meningkatkan pemahaman tentang perilaku konsumen pada saat keputusan pembelian, meningkatkan fokus konsumen pada hal-hal yang lebih bersifat simbolis daripada fungsi produk, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, dan meningkatkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, mengingat pesaing dapat dengan sangat mudah meniru inovasi teknologi. Salah satunya yaitu tape Mayang Madu yang telah dikenal oleh konsumennya. Kata “Mayang” yang diambil dari lokasi Kecamatan tape tersebut yaitu Kecamatan Mayang dan “Madu” berasal dari Kecamatan Mayang yang memiliki banyak ternak madu dan produksi madu. Tujuan pemilik usaha memberi nama tersebut yaitu agar para konsumen mudah mengingat dan tertarik untuk membeli kembali produk tape Mayang Madu.

Ketiga aspek tersebut di atas menentukan keputusan pembelian konsumen. Menurut Schiffan dan Kanuk (2008:485) dalam Indrasari (2019:70), “ketika konsumen membuat keputusan pembelian, mereka harus memiliki dua pilihan atau lebih saat membuat keputusan, sebaliknya jika konsumen tidak memiliki pilihan dan terpaksa melakukan tindakan atau pembelian tertentu, itu bukan keputusan konsumen”. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengidentifikasi masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Konsumen membentuk preferensi untuk merek dalam pemilihan. Konsumen juga dapat mengembangkan niat untuk membeli merek yang paling diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang, permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas produk, harga, dan citra merek secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember ?
2. Apakah variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember ?
3. Apakah variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember ?
4. Apakah variabel citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

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

1. Menganalisis dan menguji variabel kualitas produk, harga, dan citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember.
3. Menganalisis dan menguji variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember.

4. Menganalisis dan menguji variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. **Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai bagaimana kualitas produk, harga, dan citra merek dalam menilai keputusan pembelian pada tape Mayang Madu Desa Tegalwaru Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember dan juga sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Politeknik Negeri Jember.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian bisa dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga perusahaan akan lebih mudah melakukan pengembangan produk.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi atau sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai pengaruh kualitas, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.