

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era modernisasi yang bergulir saat ini mendorong terjadinya perubahan perilaku manusia dalam memenuhi keinginan masyarakat membutuhkannya. Bertambahnya aktivitas dan kesibukan masyarakat, menyebabkan masyarakat membutuhkan suatu produk yang dapat disajikan dengan praktis dan instan sehingga mudah untuk mengkonsumsinya. Mobilitas manusia yang cepat menyebabkan manusia tidak lagi menjadikan nasi sebagai sumber karbohidrat yang utama, yang memerlukan waktu lebih lama untuk memakannya, tetapi mulai beralih untuk mengonsumsi roti sebagai pengganti nasi untuk sumber karbohidratnya. Perubahan perilaku ini menjadi peluang bisnis bagi sejumlah perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan Walukow et al., (2014: 1738); menyatakan Kualitas produk adalah mencerminkan kemampuan pada daya tahan produk, kekuatan, kemudahan dalam kemasan dan sebagainya. Keinginan konsumen berbeda-beda, dimana perusahaan harus memuaskan konsumen dengan kualitas yang diinginkannya.

Kualitas produk memiliki sifat bermanfaat yang baik dari sisi konsumen menganggap kualitas suatu produk kita baik dan di nilai jika produk tersebut laku di pasaran sehingga mampu mendapatkan keuntungan yang maksimal. Perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan serta nilai yang tertinggi di mata

konsumen, agar bisnis dapat berjalan dengan baik. Produk yang memiliki kualitas yang baik adalah produk yang sesuai dengan rasa atau spesifikasi tertentu serta memberi kepuasan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Setiap perusahaan bukan hanya menghadapi masalah citra merek tetapi kualitas yang baik juga dapat pengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen dimana apabila kualitas produk yang dihasilkan baik dan konsumen puas terhadap produk tersebut maka hal itu akan memenangi persaingan yang ketat di dalam pasaran. Sebaiknya, kualitas produk yang dihasilkan tersebut kurang baik sedikit saja maka konsumen akan berpindah ke produk lain.

Produk yang di tawarkan Top Baker kepada konsumen kemungkinan berbeda dengan yang lain, karena ada beberapa kualitas produk yang di tawarkan kepada konsumen memiliki produk yang berbeda rasa dan bahan yang di produksi oleh Top Baker.

Tabel 1. 1 Data Kualitas Produk PT Top Baker Indonesia

Tahun	Kerusakan dan gagal produksi	Δ (Delta) (selisih perbandingan kerusakan barang dari tahun ke tahun)
2018	190	-
2017	245	(55)
2016	195	50
2015	150	45

Sumber: PT Top Baker Indonesia

Terlihat pada tabel 1.1 di atas bahwa masih terdapat kerusakan dan gagal produksi. Tahun 2018 delta jumlah kerusakan dan gagal produksi sebanyak 31. Tahun 2017 delta jumlah kerusakan dan gagal di produksi sebanyak (55), tahun 2016 delta jumlah kerusakan dan gagal produksi sebanyak 50, tahun 2015 delta

jumlah kerusakan dan gagal produksi sebanyak 45. Dapat kita lihat bahwa tren delta kualitas produk kerusakan atau gagal produksi dari tahun ke tahun terjadi kenaikan ataupun penurunan, artinya ini layak untuk diteliti.

Citra merek menjadi hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh para perusahaan selaku pelaku pasar, karena melalui citra merek yang baik akan dapat menimbulkan nilai-nilai emosional pada diri pelanggan. Nilai emosional akan terlihat dengan timbulnya perasaan positif pada saat pelanggan membeli suatu merek. Selain itu melalui citra merek yang baik secara emosional juga akan membentuk kepuasan dalam diri individu yang menghasilkan kesan kualitas (persepsi nilai yang dirasakan pelanggan atas mutu produk) terhadap suatu merek memiliki citra yang buruk dibenak pelanggan, maka kecil kemungkinan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk dan layanan jasa tersebut.

Penempatan citra merek dibenak pelanggan harus dilakukan secara terus-menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Citra merek yang baik tentang produk akan menguntungkan perusahaan karena pelanggan secara tidak disadar akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Ketika sebuah merek memiliki citra merek yang kuat dan positif di benak pelanggan maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan pelanggan membeli merek bersangkutan sangat besar.

Berdasarkan pada perilaku pelanggan di atas, dapat diperkirakan bahwa sebelum pelanggan melakukan pembelian pada suatu produk atau jasa, pelanggan akan mencari informasi mengenai produk atau jasa atau merek tersebut

dan proses-proses ini memungkinkan timbulnya pengaruh pada keputusan pembelian.

Menurut Walukow et.al (2014: 139); menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah dimana seseorang yang ingin melakukan pembelian atas produk yang diinginkan, minat pada tiap konsumen itu berbeda dimana pihak perusahaan harus menarik perhatian konsumen pada produk supaya terjadinya pembelian atau keputusan pembelian pada produk.

PT Top Baker Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri. Perusahaan manufaktur atau perusahaan industri yang bergerak dibidang pembuatan produk. Dimana perusahaan PT Top Baker Indonesia sudah berdiri di area batam pada tanggal 05 Mei 2015, yang memproduksi berbagai macam model roti dan berbagai macam rasa roti yang berbeda yang di produksi oleh perusahaan.

Keputusan pembelian sangat berpengaruh terhadap sebuah perusahaan dikarenakan jika keputusan pembelian menurun akan mengakibatkan penjualan pada perusahaan tersebut menurun juga, dalam perusahaan yang diteliti ini terdapat masalah berupa tidak stabil dalam penjualan. Adapun jumlah pelanggan pada PT Top Baker Indonesia dalam periode Agustus sampai dengan Oktober 2019 dilihat pada tabel 1.2 :

Tabel 1. 2 Data Laporan Penjualan PT Top Baker Indonesia 2019

BULAN	JUMLAH PENJUALAN	PELANGGAN
JANUARI	100.542.000	318
FEBRUARI	100.423.000	310
MARET	98.652.000	298
APRIL	99.815.000	302
MEI	102.098.000	330
JUNI	101.842.000	317
JULI	100.247.000	305
AGUSTUS	100.486.000	285
SEPTEMBER	99.931.000	232
OKTOBER	95.198.000	196

Sumber: PT Top Baker Indonesia

Berdasarkan tabel 1.2 Dapat di simpulkan bahwa dari naik turunnya penjualan setiap laporan, penjualan tertinggi pada bulan mei adalah 102.098.000 dan penjualan terendah pada bulan oktober adalah 95.198.000

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, selanjutnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT TOP BAKER INDOENSIA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat didentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa produk yang mengalami kerusakan dan gagal produksi.
2. Citra merek PT Top Baker Indonesia sangat mirip dengan citra merek produk pesaing.
3. Keputusan pembelian pada PT Top Baker Indoensia semakin menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Ketika mengadakan penelitian ini, bermasalah yang dihadapi sangat luas. Oleh karena itu, penulis menyederhanakan penelitian dan fokus pada masalah yang akan diteliti, agar tidak meluas dan menyimpang dari tujuan, dan topik masalah masih perlu fokus dan efektif, sehingga masalah perlu dibatasi. Batasan masalah ini adalah membatasi masalahnya:

1. Kualitas Produk pada PT Top Baker Indonesia.
2. Citra Merek pada PT Top Baker Indonesia.
3. Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, pertanyaan-pertanyaan berikut disajikan:

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia ?
2. Apakah citra merek secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Top Baker Indonesia ?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan teori atau pengetahuan tentang manajemen pemasaran pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT Top Baker Indonesia.

1.6.2 Manfaat Secara Praktis

1. Penulis

Pengetahuan tambahan sebagai peneliti dalam manajemen pemasaran, khususnya mengenai keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan PT Top Baker Indonesia, dalam melakukan perbaikan dan penyempurnaan agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian.

3. Bagi Fakultas / Universitas

Sebagai referensi, memperkaya penelitian ilmiah universitas Putra Batam, khususnya dibidang manajemen bisnis.