

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis saat ini ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk yang sama atau sejenis, sehingga membuat konsumen lebih berhati-hati dalam memilih produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen tentunya akan memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh sebab itu, perusahaan perlu berinovasi dalam menghasilkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dengan pemasaran yang lebih baik lagi.

Pada dasarnya semakin meningkatnya persaingan dalam bidang yang sama, maka semakin banyak juga pertimbangan yang harus dilakukan untuk mengambil suatu keputusan pembelian oleh konsumen, karena banyaknya produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi dalam menghasilkan sebuah produk yang akan ditawarkan kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Salah satu produk yang banyak diminati oleh masyarakat saat ini yaitu kopi, kopi merupakan minuman hasil dari biji kopi yang telah dihaluskan menjadi bubuk. Kopi sudah tidak asing lagi bagi kita, karena kopi sudah menjadi salah satu minuman paling populer didunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan di masyarakat. Kopi juga sudah menjadi gaya hidup di masyarakat, saat ini kopi tidak hanya kopi bubuk, tetapi ada juga kopi instan. Kopi instan pada umumnya

sudah dicampur dengan bahan lain dan juga tidak menyisahkan ampas pada saat dibuat. Saat ini, banyak toko-toko yang menjual kopi dengan beranekaragam varian rasa yang ditawarkan sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya.

Sebelum konsumen melakukan pembelian suatu produk, tentunya juga tidak akan lepas dari namanya penagambilan keputusan. Dalam mengambil suatu keputusan, konsumen pasti akan memilih produk mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Pada saat konsumen sudah selesai melakukan penilaian terhadap suatu produk, barulah mereka memutuskan produk mana yang harus dibeli.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk memuaskan konsumen, sehingga sangat perlu untuk meningkatkan kualitas suatu produk. Apabila kualitas produknya tidak bagus maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut dan begitu juga sebaliknya apabila kualitas produknya bagus maka kosumen juga akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk menjaga kualitas produk agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang kita jual.

Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Sumber Karya Sejati, dapat dilihat barang yang diretur selama tahun 2017 seperti tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Barang yang dikembalikan selama tahun 2017**

| Bulan          | Barang yang di return |
|----------------|-----------------------|
| Januari 2017   | 26 dus                |
| Februari 2017  | 7 dus                 |
| Maret 2017     | 8 dus                 |
| April 2017     | 3 dus                 |
| Mei 2017       | 6 dus                 |
| Juni 2017      | 5 dus                 |
| Juli 2017      | 2 dus                 |
| Agustus 2017   | 4 dus                 |
| September 2017 | 6 dus                 |
| Oktober 2017   | 2 dus                 |
| November 2017  | 3 dus                 |
| Desember 2017  | 5 dus                 |

**Sumber :** PT Sumber Karya Sejati

Pada tabel 1.1 diatas dapat kita lihat di bulan januari terjadinya retur sebanyak 26 dus disebabkan oleh barang yang sudah mendekati masa kadaluwarsa dan pada bulan februari sampai desember terjadinya retur disebabkan oleh kemasan yang sobek, produk yang mengeras dan keterlambatan dalam pengantaran. Dalam penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa produk yang mengeras memiliki daya tahan tidak lama, karena produk sudah rusak sebelum masa kadaluwarsa habis. Kebanyakan konsumen juga akan membeli produk yang memiliki banyak varian rasa yang dapat mereka beli daripada produk Super Coffeemix yang mempunyai rasa yang klasik.

Selain kualitas produk, harga juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Harga adalah suatu nilai dari

suatu produk. Apabila harga suatu produk terlalu mahal, maka konsumen juga akan ragu-ragu atau mungkin juga tidak akan membeli produk tersebut, untuk itu diperlukannya penetapan harga jual yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut perbandingan harga jual kopi instan dengan competitor yang ada di Batam.

**Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Jual Kopi Instan Kompetitor di Batam**

| <b>Merek</b>         | <b>Harga yang ditawarkan per Satuan (Rp)</b> |
|----------------------|--|
| Aik Cheong Coffeemix | 41.800                                       |
| Super Coffeemix      | 37.000                                       |
| Indocafe Coffeemix   | 35.000                                       |
| Gold Kili Coffeemix  | 34.500                                       |

**Sumber** : Hasil Survey di lapangan 2018

Pada tabel 1.2 diatas dapat dilihat perbandingan harga jual Super Coffeemix dengan harga jual pesaing lainnya. Harga jual Super Coffeemix masih lebih mahal dibandingkan dengan harga jual Indocafe dan Gold Kili, harga jual yang kurang terjangkau dan memiliki daya saing yang tinggi sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produk karena adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen akan menghindari pembelian produk yang berharga mahal dan berkualitas rendah dengan mencari informasi yang banyak untuk mengetahui nilai dan manfaat dari produk tersebut. Akan tetapi hal tersebut tidaklah mudah, mengingat produk yang sama beredar di pasar sangat banyak. Konsumen juga akan berpikir untuk memilih produk yang kualitasnya lebih baik dan hal ini dapat menyebabkan menurunnya nilai perusahaan di sudut pandang konsumen. Dengan

demikian, kualitas produk dan harga bukanlah berdasarkan sudut pandang produsen, melainkan berdasarkan pada pendapat konsumen itu sendiri.

**Tabel 1. 3 Data Penjualan Super Coffeemix tahun 2017**

| <b>Bulan</b> | <b>Penjualan (Rp)</b> | <b>Persentase Perubahan (%)</b> |
|--------------|-----------------------|---------------------------------|
| Januari      | 468.689.262           | -                               |
| Februari     | 519.631.543           | 10,87                           |
| Maret        | 566.901.920           | 9,1                             |
| April        | 490.494.541           | -13,5                           |
| Mei          | 507.875.032           | 3,5                             |
| Juni         | 198.314.891           | -61                             |
| Juli         | 670.026.687           | 237,9                           |
| Agustus      | 1.134.683.145         | 69,3                            |
| September    | 1.412.228.400         | 24,5                            |
| Oktober      | 903.180.998           | -36,1                           |
| November     | 2.308.303.580         | 155,6                           |
| Desember     | 290.949.602           | -87,4                           |

**Sumber :** PT Sumber Karya Sejati

Pada tabel 1.3 diatas ini dapat dijelaskan bahwa total penjualan Super Coffeemix setiap bulan mengalami kenaikan maupun penurunan, pada bulan april terjadinya penurunan penjualan disebabkan oleh stok yang dimiliki oleh outlet masih tersedia, pada bulan Juli sampai bulan September penjualan semakin lama semakin meningkat yang disebabkan karena akan adanya kenaikan harga pada bulan Oktober yang sebelumnya telah diinformasikan terlebih dahulu kepada outlet, serta peningkatan pada bulan November disebabkan karena adanya kemasan yang isi 30 free 5 bungkus, sehingga menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap Super Coffeemix. Pada bulan Juni dan Desember

penurunan penjualan disebabkan karena barang dari Malaysia masih belum dikirim ke Batam dikarenakan adanya berkas yang harus diurus terlebih dahulu.

Harga jual yang meningkat akan menurunkan keputusan pembelian, apalagi dengan adanya masalah daya tahan yang kurang bagus, hanya memiliki rasa yang klasik dan minat beli Super Coffeemix di daerah tertentu juga masih kurang, karena kebanyakan yang membeli Super Coffeemix ini adalah orang *chinese* dan tidak banyak orang pribumi yang membeli produk ini.

Berdasarkan hasil penelitian Amrullah (2016) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena kualitas yang baik dapat menyebabkan peningkatan penjualan dan peningkatan citra perusahaan di mata publik dan harga memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian, karena harga dapat menunjukkan kualitas dari produk tersebut.

PT Sumber Karya Sejati merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor sembako. PT Sumber Karya Sejati berdiri sejak tahun 2005 yang terletak di batu ampar Komplek Repindo Industrial Estate Blok D2 No 4 dan merupakan salah satu distributor produk Super Coffeemix di Batam. Super Coffeemix merupakan kopi instan yang sudah lama masuk ke Indonesia, Super Coffeemix diproduksi oleh Super Coffeemix Marketing Johor-Malaysia dan diimport oleh PT Superindo Karya Gemilang, serta telah lulus sertifikasi HALAL dan izin BPOM RI ML 267029007146.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Super Coffeemix Pada PT Sumber Karya Sejati”.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas maka dapat ditemukan berbagai masalah yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan antara lain:

1. Kualitas produk Super Coffeemix masih kurang bagus, karena masih adanya retur yang disebabkan oleh barang sudah mendekati expired, adanya kemasan yang sobek dan adanya produk yang mengeras.
2. Keterlambatan dalam pengantaran barang.
3. Harga jual Super Coffeemix yang masih mahal.
4. Daya saing yang tinggi.
5. Minat beli konsumen yang kurang di daerah tertentu.

### **1.3. Batasan Masalah**

Dengan membatasi masalah ini, penelitian hanya dilakukan dalam ruang lingkup perusahaan. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas produk, harga dan keputusan pembelian Super Coffeemix. Sedangkan respondennya yaitu yang membeli produk Super Coffeemix yang terbagi di empat daerah yaitu Nagoya, Bengkong, Batam Center dan tiban. Peneliti membatasi hanya di empat daerah karena adanya keterbatasan peneliti dalam waktu dan tenaga.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dijelaskan, serta setelah dilakukan pengamatan pada perusahaan PT. Sumber Karya Sejati maka rumusan masalah yang dapat dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui :

1. Pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati.
2. Pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati.
3. Pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix pada PT Sumber Karya Sejati.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait serta langsung. Adapun manfaat penelitian ini dilakukan yaitu :

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Untuk mengembangkan/meningkatkan dalam berpikir ilmiah dan sebagai pengalaman bagi penulis dalam menyusun skripsi.
2. Untuk memperluas wawasan tentang ilmu yang sudah didapatkan pada waktu kuliah, sehingga peneliti dapat dengan mudah melakukan penelitian ini.
3. Sebagai referensi bagi penulis yang akan membuat skripsi di waktu yang akan datang dan dapat menambah wawasan penulis di waktu yang akan datang.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi/masukan bagi pemimpin perusahaan untuk mempertimbangkan kebijakannya khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Super Coffeemix.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan referensi dan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan sebagai acuan dalam serta dapat berguna untuk dijadikan dasar referensi bagi penelitian berikutnya.