

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Penelitian

Jumlah penduduk Indonesia yang besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk-produk mereka. Perusahaan-perusahaan asing maupun dalam negeri berusaha mendirikan bisnis dan menciptakan jenis-jenis produk yang nantinya akan digemari oleh konsumen di Indonesia. Banyaknya perusahaan ini menciptakan adanya persaingan bisnis yang ketat. Perusahaan bisa menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya apabila perusahaan mampu menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Indonesia kini memiliki tingkat persaingan wirausaha sangat tinggi, karena setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dengan memperoleh konsumen baru yang lebih banyak. Keadaan wirausaha berubah secara dinamis seiring dengan adanya perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar dan perubahan selera setiap konsumen yang kian beraneka ragam. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat menjadi peluang bisnis bagi perusahaan, maka pengusaha harus bisa memilih strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat memenangkan persaingan dan bertahan, hingga tujuan perusahaannya dapat tercapai dengan baik. Saat ini banyak adanya wirausaha, mulai dari yang sederhana hingga yang sangat unik dan beraneka ragam dengan tampilan yang berbeda. Untuk memenangkan persaingan, pengusaha harus bisa memberikan yang terbaik untuk konsumennya agar memilih mengambil keputusan membeli produknya, antara lain dengan memberikan kualitas produk yang lebih baik, dan saluran distribusi yang tepat.

persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. produsen dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas disertai pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Apabila hal tersebut dapat dilakukan, perusahaan akan berkesempatan mendapat keuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan pesaing Ciri berhasil atau tidaknya usaha pemasaran dapat dilihat melalui tingkat penjualan produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Salah satu mencapai keuntungan itu adalah dengan mempengaruhi

konsumen agar melakukan keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan.

Setiap orang selalu mempertimbangkan sesuatu sebelum melakukan keputusan pembelian, apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan, apakah sudah sesuai dengan kondisi dan kemampuan dirinya, seperti biaya yang dibutuhkan untuk membeli produk tersebut. Salah satu konsep inti dari pemasaran adalah produk. Produk diartikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan berbagai produk dan jasa maka konsumen memiliki banyak pilihan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan seleranya. Agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen maka produsen harus memberi kepuasan yang tinggi kepada konsumen dengan menciptakan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Seseorang mengabaikan hal tersebut sebelum membeli karena ketika mengambil keputusan pembelian seseorang hanya tertarik pada bentuk produk tersebut tanpa melihat dan mempertimbangkan produk lain, seperti halnya kualitas barang tersebut. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan agar konsumen mengambil keputusan pembelian maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang akan di beli. Penelitian mengenai kualitas produk ini juga pernah dilakukan oleh ilham rahmat (2018) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat" hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Saluran distribusi juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Karena sebagai perantara antara konsumen dan produsen. Tanpa adanya saluran distribusi maka produk tidak akan sampai ke tangan konsumen. Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh atas kelancaran arus perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan, karena saluran distribusi mempengaruhi semua keputusan pemasaran yang lainnya. Penelitian tentang kualitas produk, saluran distribusi, dan keputusan pembelian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya penelitian dilakukan oleh

septy adelia (2013) dengan judul “Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT Rajawali Nusindo Cabang Medan”. Hasil penelitian bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT Rajawali Nusindo Cabang Medan secara simultan berpengaruh signifikan.

Pentingnya mengenai produk yang bermutu, maka setiap perusahaan berusaha untuk melakukan pengawasan produk sehingga menghasilkan produk yang bermutu yang diharapkan akan dapat meningkatkan pendapatan atau keuntungan, pengawasan dimulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas. Demikian juga pada Pabrik keripik pisang “Metro Snack”, yang bergerak dalam bidang pembuatan keripik pisang. Dari hasil wawancara, proses pembuatan produk yang dilakukan oleh Pabrik keripik pisang “Metro Snack” secara terus menerus. Tahap-tahap pelaksanaan proses produksi keripik pisang pada Pabrik keripik pisang “Metro Snack”, dari bahan baku pisang yang dibersihkan sampai bersih, selanjutnya diiris-iris, kemudian pisang yang telah diiris kemudian di campur dengan bumbu yang telah disiapkan lalu digoreng, setelah digoreng diberikan rasa sesuai yang ada misal rasa coklat, susu, melon, balado dan barbequiu, selanjutnya dibungkus dengan kantong plastik yang telah ditentukan ukurannya yaitu kemasan 200 gram perbungkusnya

Kebijaksanaan pengawasan produksi untuk meningkatkan mutu yang dilakukan oleh Pabrik keripik pisang “Metro Snack”, adalah dengan cara pimpinan sebagai pemilik perusahaan mengawasi dalam hal pemilihan bahan baku pisang yang dipergunakan untuk pembuatan keripik pisang, mengawasi pencucian pisang sampai bersih, mengawasi pengirisan, mengawasi pengorengan pisang dan mengawasi pengepakan keripik pisang. Pengawasan mutu produksi diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas hasil produk, sehingga kepuasan konsumen akan terpenuhi dan perusahaan akan dapat keuntungan. Dalam meningkatkan mutu produksi pimpinan mengawasi seluruh proses produksi pemilihan bahan baku dalam meningkatkan mutu, yang semula menggunakan pisang kepok atau pisang kefendis, kemudian diganti dengan pisang raja nangka.

Dengan adanya pengantian kualitas pisang tentunya akan menambah biaya produksi, untuk itu Pabrik keripik pisang “Metro Snack” menaikkan harga jual keripik pisang Peningkatan kualitas produksi diharapkan akan dapat meningkatkan cita rasa keripik pisang, yang diharapkan omzet meningkat serta akan dapat meningkatkan pendapatan/keuntungan. Selain dengan peningkatan

kualitas produksi, maka diperlukan juga peningkatan promosi dan peningkatan saluran distribusi keripik pisang guna meningkatkan keputusan pembelian keripik pisang “Metro Snack” Kota Metro .Saluran distribusi juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian. Karena sebagai perantara antara konsumen dan produsen. Tanpa adanya saluran distribusi maka produk tidak akan sampai ke tangan konsumen. Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh atas kelancaran arus perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan, karena saluran distribusi mempengaruhi semua keputusan pemasaran yang lainnya.

promosi, selain itu dalam menjalankan usaha, startegi promosi sangat dibutuhkan. Pabrik metro snack memiliki startegi dalam promosi dengan cara meningkatkan pelayanan kepada konsumen baik dari segi kualitas produk. Tujuan dari promosi yang selanjutnya untuk memberikan informasi produk kepada target pasar, promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Promosi yang digunakan pada metro snack yaitu seperti dari mulut ke mulut, menampilkan produk-produk yang menarik, serta melakukan promosi melalui media sosial seperti di *facebook, marketplace, instagram* . Promosi menggunakan media sosial bertujuan untuk mengenalkan dan menawarkan produk kripik singkong guna untuk menarik minat beli serta promosi menggunakan media sosial sangat mudah dilakukan, tidak perlu modal besar dan cepat dikenal banyak orang

Adapun data nilai penjualan keripik pisang pada Pabrik keripik pisang “Metro Snack”, kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, kota Metro tahun 2019 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1 Data penjualan kripik pisang 2019

No	Bulan	Bungkus
1	Januari	327
2	Februari	400
3	Maret	458

4	April	400
5	Mei	655
6	Juni	342
7	Juli	535
8	Agustus	360
9	September	400
10	Oktober	370
11	November	454
12	Desember	347
	Jumlah	5.048

Sumber :kripik pisang metro snack 2020

Pada tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa perkembangan penjualan kripik pisang pada tahun 2019 mengalami fluktuasi, penurunan ini terjadi karena permintaan konsumen yang menurun dan bahan baku yang sedikit susah dicari dari data diatas penjualan tertinggi terjadi pada musim lebaran dimana paada saat itu permintaan masyarakat akan kripik pisang ini cukup tinggi. Tingginya minat masyarakat dalam membeli kripik pisang tersebut menunjukkan bahwa metro snack berhasil menerapkan sistem pemasaran yang baik dalam memasarkan produknya dan mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produknya. Banyak masyarakat yang membeli kripik pisang ini bukan untuk dikonsumsi lagi melainkan untuk dibawa sebagai oleh oleh khas metro lampung untuk saudara yang akan kembali ke luar lampung . banyak juga masyarakat yang membeli kripik pisang ini untuk mereka distribusikan lagi ke toko oleh-oleh yang berada di luar metro agar pembeli kripik pisang metro snack ini tidak perlu terlalu jauh untuk membeli kripik khas metro ini bagi mereka yang berada di luar metro khususnya.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi pada pabrik keripik pisang “metro snack” kota metro)”**

B. Identifikasi masalah dan Perumusan masalah.

1. Identifikasi masalah

- a. Banyaknya pesaing dalam produk sejenis
- b. Promosi belum optimal
- c. Kualitas produk bersaing dengan produk lain
- d. Pendistribusian yang kurang merata

2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pabrik kripik pisang metro snack?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada pabrik kripik pisang metro snack?
3. Apakah terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada pabrik kripik pisang metro snack?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, promosi, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada pabrik kripik pisang metro snack?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan Perumusan Masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasus di bidang pemasaran ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel – variabel mana yang belum sesuai sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan pengembangan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematikan penulisan.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, penentuan sample penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN