

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kegiatan pemasaran berpusat pada upaya perusahaan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan akan produk dan jasa yang menawarkan nilai daya saing. sehingga para pemasar harus peka membaca setiap perubahan selera konsumennya. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif maka setiap perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan konsumennya. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang sesuai, Dan selanjutnya mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, pencapaian bagi perusahaan adalah sebagai tanda peningkatan dana dan modal untuk membuka peluang atau cabang baru untuk para konsumen.

Konsep pemasaran adalah kegiatan perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Segala aktifitas yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Assauri (2013:12), adalah “Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran

melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Berkembang untuk mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran dirancang untuk memberi arti melayani dan memuaskan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Tujuan ini dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2015:253). Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Di dalam permasalahan kualitas produk di UD.Surya Hita dalam sektor kualitas produk yaitu, masih cukup banyak barang yang memiliki cacat produk tetapi masih dijual kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk

mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Didalam perusahaan UD. Surya Hita mempunyai kualitas harga yang terjangkau dibanding dengan perusahaan lain.

UD. SURYA HITA didukung oleh banyak prisipal yang tidak diragukan lagi baik secara kualitas produk dan pelayanan, oleh sebab itu UD.SURYA HITA berani memberikan garansi barang rusak diganti dengan yang baru. Untuk memberikan kenyamanan pada konsumen. Perusahaan berkerjasama dengan perusahaan lain untuk mendapat masukan barang dagang yaitu seperti alat masak *Baking Pan* yang telah dimodifikasi oleh perusahaan sendiri agar dapat lebih menarik banyak pelanggan di lokasi yang telah di tentukan perusahaan.

Surya Hita di ambil dari kata surya yang berarti matahari dan hita yang berarti terbit jadi Surya Hita berarti matahari terbit .UD.Surya Hita mulai berdiri sejak pertengahan tahun 2019, tepatnya pada bulan juli 2019. Usaha ini bergerak pada bidang *home appliances* /perabotan dapur, dengan sistem perdagangan keliling dari rumah kerumah /*door to door*. Perusahaan ini memiliki kurang lebih 10 karyawan.

Tabel 1. 1

## Daftar barang dan harga pada UD.Surya Hita

No.	Jenis barang nupon yg di jual belikan	Harga
1	Hot Hot Pan	Rp. 700.000
2	Baking Pan Gen I	Rp. 205.000
3	Baking Pan II	Rp. 275.000
4	Baking Pan III	Rp.700.000
5	Coaster Gen I (local made)	Rp. 119.000
6	Coaster Gen II	Rp. 150.000
7	Coaster Gen III + Defrost Tray	Rp.700.000

*Sumber: perusahaan UD. Surya Hita*

Tabel 1. 2

## Daftar perbandingan harga produk nupon dengan perusahaan lain

No.	Jenis barang nupon yg di jual belikan	Harga
1	Hot Hot Pan	Rp. 880.000
2	Baking Pan Gen I	Rp. 250.000
3	Baking Pan II	Rp. 275.000
4	Baking Pan III	Rp.770.000
5	Coaster Gen I (local made)	Rp. 130.000
6	Coaster Gen II	Rp. 150.000
7	Coaster Gen III + Defrost Tray	Rp.780.000

*Sumber: data perusahaan 2022*

Tabel 1. 3

## Daftar jumlah data konsumen UD.Surya Hita per Tahun

No.	Jenis barang	Jumlah konsumen yang membeli secara kredit
1	Panci Presto	320
2	Wok Pan	220
3	Grill Pan	110
4	Sauce Pan	30
5	Polytron	120
<b>Total</b>		<b>800</b>

Sumber : perusahaan UD.Surya Hita

Tabel diatas merupakan data dari harga dan jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan UD.Surya Hita yang telah ditotalkan. Perusahaan sendiri mencari keredit dibanding kontan dengan alasan dapat mendapatkan keuntungan sendiri bagi perusahaan. UD.Surya Hita, diharapkan dapat meningkatkan daya keputusan pembelian konsumennya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya yang menjual produk yang sama.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Kredit (Baking Pan Merek Nupon UD. Surya Hita di Baradatu Way Kanan)”**

**Gambar 1. 1**  
**Produk *Baking Pan* Merek Nupon**



*Sumber: perusahaan UD. Surya Hita*

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di-atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian?
2. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian?
3. Apakah pengatuh kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pokok masalah agar penelitian lebih terarah, batasan penelitian ini yaitu variabel. Dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Penulis Menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman tentang keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan pengamatan terhadap kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen

2. Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan berpijak dan referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti kajian yang sama untuk waktu yang akan datang.
3. Bagi STIE Gentiaras Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan penelitian selanjutnya.