

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini telah banyak terjadi perubahan dan kemajuan yang terjadi dalam dunia bisnis. Perubahan yang terjadi dapat ditandai dengan banyaknya kemajuan teknologi, pola pikir dan gaya hidup masyarakat yang tidak lepas dari perkembangan industri di era globalisasi saat ini. Dengan adanya perubahan dan kemajuan tersebut maka setiap perusahaan harus memiliki keunggulan pada produknya agar dapat mempertahankan bahkan meluaskan pangsa pasar. Menurut Kotler dalam Abubakar (2018:31) "*Product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*". yang berarti produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Keunggulan produk yang ditawarkan oleh perusahaan sendiri harus mampu bersaing dengan produk lainnya, serta produk tersebut diharapkan mampu meyakinkan calon konsumen untuk memilihnya. Calon dan para konsumen tentu akan memilih produk yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya. Produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen tentunya memiliki kualitas yang baik. Produk yang dihasilkan harus benar - benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Persepsi kualitas ini merupakan persepsi konsumen, maka dapat diramalkan jika persepsi kualitas konsumen negatif, produk tidak akan diminati dan usaha tersebut akan sulit untuk bertahan lama.

Sebaliknya, jika persepsi kualitas pelanggan positif, produk akan diminati, dengan beranggapan bahwa kualitas produk yang baik merupakan jaminan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Selain kualitas produk yang menjadi pertimbangan oleh calon konsumen untuk memilih produk tersebut, tentu juga akan mempertimbangkan pula terkait harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Abubakar (2018:40) “Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya”. Sehingga semakin sesuai harga dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan maka calon konsumen akan lebih tertarik untuk memilih produk tersebut. Namun dalam sebuah usaha dibutuhkan pula promosi penjualan yang harus diterapkan untuk memudahkan calon konsumen mengenal produk tersebut. Menurut Alma (2018;181) “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”. Oleh karena itu promosi yang digunakan perusahaan harus tepat dan mampu menarik minat calon konsumen untuk membeli.

Sedangkan keputusan pembelian merupakan sesuatu yang harus diperhatikan pula oleh produsen agar mampu terus menarik minat konsumen membeli. Menurut Kotler & Armstrong dalam Abubakar (2018:100) menyatakan “Keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara

niat membeli atau keputusan pembelian”. Seiring berkembangnya jaman telah banyak perusahaan atau unit usaha yang berkembang di Indonesia dan bersaing perihal kualitas produk, harga bahkan promosi yang diterapkan, salah satu usaha yang berkembang di Indonesia yakni KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo. KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo sebenarnya adalah sebuah koperasi agrobisnis yang bergerak dibidang pertanian dan peternakan dimana fokus usaha dalam KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo ini adalah susu sapi perah. Susu sendiri merupakan minuman yang memiliki banyak sekali manfaat serta zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia, namun tetap kualitas dari susu yang dipasarkan oleh KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo harus mampu dipercaya oleh masyarakat. Bahkan asumsi harga yang ditawarkan oleh KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo pada konsumen harus dirasa sesuai dengan kualitas yang disajikan.

KUD Argopuro krucil Kabupaten Probolinggo tentu menginginkan bahwa konsumen dapat dipertahankan selamanya, namun ini bukan hal mudah mengingat banyak perubahan-perubahan yang terjadi saat ini, baik perubahan pada diri konsumen seperti selera maupun aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural konsumen. Dengan tingginya persaingan dan permintaan susu, sudah selayaknya pihak KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, harga dan promosi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas produk,

harga bahkan promosi yang diterapkan oleh KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo sehingga mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Keputusan konsumen dalam pembelian bagi KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo merupakan elemen yang sangat penting. Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Adakah pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo?
- b. Adakah pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo?
- c. Variabel manakah diantara Kualitas Produk, Harga dan Promosi yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo?

1.3 Batasan Masalah

Batasan permasalahan dalam penelitian ditetapkan dengan tujuan agar dalam penelitian ini nantinya akan terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya, penelitian ini diberi batasan sebagai berikut:

- a. Responden penelitian adalah konsumen KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo pada bulan April 2022.
- b. Analisis dilakukan terhadap hasil kuesioner dari Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan mampu dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

- c. Untuk mengetahui variabel manakah diantara Kualitas Produk, Harga dan Promosi yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Praktisi (KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo)
 - 1) Memberikan sumbangan pemikiran bagi KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.
 - 2) Sebagai bahan masukan untuk perbaikan Kualitas Produk, Harga dan Promosi untuk meningkatkan Keputusan Pembelian.
- b. Bagi Akademisi
 - 1) Universitas Panca Marga Probolinggo

Sebagai suatu bentuk sumbangan ilmu pengetahuan terkait dengan teori yang disampaikan mengenai manajemen pemasaran yaitu kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian.

- 2) Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan baik dalam menerapkan teori, khususnya teori dibidang manajemen pemasaran kedalam dunia praktik yang sebenarnya untuk mengembangkan kemampuan peneliti.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi tentunya sangat penting dalam usaha melaksanakan pemecahan permasalahan, karena asumsi merupakan anggapan dasar yang benar kemungkinannya akan dapat terjadi, sehingga mempengaruhi pelaksanaan langkah pemecahan masalah. Asumsi ditujukan untuk membantu peneliti membatasi lingkup pembahasan, langkah pemecahan masalah serta merupakan pedoman yang mendasari pelaksanaan langkah pemecahan masalah. Maka peneliti memberikan asumsi sebagai berikut :

- a. KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo telah menghasilkan produk dengan kualitas produk yang telah ditetapkan.
- b. Harga yang ditawarkan oleh KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo telah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- c. Promosi yang dilakukan KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo secara konsisten.
- d. Keputusan pembelian oleh konsumen KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo didasarkan pada penilaian yang obyektif terkait dengan kualitas produk dan harga bahkan promosi yang dilakukan.