

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Penduduk Kabupaten Probolinggo yang semakin padat dan adanya teknologi yang berkembang, maka kebutuhan pangan harus terpenuhi dengan berbagai cara. Seiring berkembangnya peradaban sosial, semakin diperlukan penyediaan pangan yang cukup, berkualitas dan adil untuk menjamin kualitas hidup yang tinggi, suasana yang mandiri dan damai, serta kesejahteraan fisik dan mental. Kegiatan pemasaran sebenarnya berkembang sejak adanya kebutuhan manusia dan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia itu melalui pertukaran. Assauri (2018:5)

Dalam pemasaran saat ini yang cukup luas, baik di daerah perkotaan maupun di daerah Kabupaten atau desa - desa, dan bentuk strategi pemasaran juga semakin banyak, meskipun pedagang mampu untuk bersaing akan tetapi pedagang harus lebih bekerja keras dalam menghadapi perkembangan yang ada dan menghadapi penjual daging yang semakin banyak, misalnya dengan strategi penetapan harga dan meningkatkan kualitas dari produk yang dijual. Pada umumnya bahwa harga merupakan faktor penting dari banyak faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan keputusan pembeliannya. Seperti dijelaskan Philip dalam Rissa dan Prihartono (2021:1172) harga yang telah menjadi aspek yang paling penting dalam menetapkan keputusan pembelian.

Konsumen pada umumnya menyamakan harga daging mahal dengan kualitas bagus dan harga daging terlalu murah, konsumen akan menanyakan kualitas daging itu sendiri. Dalam hal pembelian seseorang pertama dilihat ialah melihat harga, kemudian beberapa pertimbangan lainnya. Menurut Shinta (2011:105) bahwa harga ialah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Harga yang tinggi atau sebaliknya dapat menjadi factor keputusan pembelian.

Dan bukan hanya harga, kualitas produk juga penting agar proses pemasaran meningkat. Menurut Amalia,Asmara(2017:663) Kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk menentukan positioning produknya di pasar. Para penjual dalam pemasaran harus bisa melihat kualitas produknya agar konsumen bisa membeli sesuai diinginkan,dan agar konsumen bisa membeli terus menerus dagangannya. Konsumen tidak sembarang membeli produk,karena konsumen akan melihat sesuai kebutuhan dan konsumen akan menentukan keputusan pembeliannya dengan melihat kualitas produk yang akan dibelinya. Bahwa dalam penentuan kebutuhan,pembelian dimulai dengan usaha pembeli menentukan macam kualitas atau mutu dan jumlah barang yang dibutuhkan. Assauri dalam Abubakar(2018:96).

Pedagang harus mampu mengimbangi dan beradaptasi dengan situasi yang ada, sehingga pedagang mengetahui perilaku konsumen dan mengambil keputusan konsumen, seperti peningkatan usahanya baik

peningkatan internal maupun eksternal, dan menentukan harga sesuai kualitas daging dalam pemasaran sehingga mampu menjadi pedagang daging sapi yang diminati di banding para pedagang yang lain. Menurut Peter dan Olson dalam Asrizal dan Muhammad(2018:84) Keputusan pembelian ialah interaksi penggabungan yang mengkonsolidasikan informasi untuk menilai setidaknya 2 alternatif kemudian memilih salah satu diantaranya.

Dalam Asrizal dan Muhamad(2018:83) menyimpulkan bahwa variabel bebas yaitu harga serta kualitas pelayanan secara segmental dan bersamaan berdampak positif serta signifikan yakni 21,10% pada keputusan pembelian konsumen lalu sisanya dipengaruhi oleh beberapa factor lainnya. Sedangkan pada penelitian Rissa dan Prihartono menunjukkan bahwa pada saat yang sama dua factor bebas yang dipertimbangkan ,yakni harga serta kualitas produk mempengaruhi keputusan dari suatu pembelian dengan koefisien determinasi yakni 46,1% sedangkan sisanya disebabkan oleh beberapa factor lain yang tidak dianalisa. Berdasarkan dua penelitian sebelumnya ,dapat disimpulkan harga bisa mempengaruhi signifikan namun juga sebaliknya. Jadi harga dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian produk tergantung produk yang diteliti dalam penelitian. Dibandingkan penelitian sebelumnya, produk yang dijadikan variabel penelitian ialah daging sapi. Penelitian dilakukan pada produk daging sapi dari pedagang yang ada di Pasar Maron.

Salah satu pasar tradisional yang memasarkan daging sapi adalah Pasar Maron Kabupaten Probolinggo merupakan pasar yang menjual daging sapi

terbesar se Kabupaten Probolinggo, yang berada di Dusun Krajan RT/RW 015/004 Desa Maron Kidul Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Pasar maron menjual daging sapi dari Rumah Pemotong Hewan yang sudah mengetahui kualitas daging yang layak dikonsumsi untuk mencapai kepuasan pada pelanggan. Seperti data di lapangan bahwa harga daging sapi dari Rp 80.000 kualitas rendah hingga harga daging sapi Rp 110.000 kualitasnya bagus. Selain harga dan pelayanan, penjualan di pasar juga ditunjang oleh tempat yang bersih dan layak, dan dipantau oleh petugas setiap hari. Mengutamakan kepuasan terhadap pelanggannya menjadi kunci keberhasilan pedagang dipasar. Hal ini berpengaruh pada keputusan pembelian terhadap pelanggan yang akan membeli daging sapi dari 70 sampai 100 pembeli/hari. Seiring dengan berjalannya waktu, dengan adanya para jagal/pedagang sapi yang sudah sadar atas tuntutan konsumen yang mana konsumen mengutamakan kualitas daging yang ASUH (Aman Sehat Utuh Halal). Dari sekian banyak jagal/pedagang sapi sering diundang dalam sosialisasi penanganan daging sapi yang ASUH. Dan beberapa jagal diberikan alat-alat pemotongan daging, dan harga daging di dalam pasar cukup mahal yang membuat berfikir dua kali. Dan pedagang daging sapi di luar kurangnya pengawasan, para jagal/pedagang daging sapi di luar sering kali melakukan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang seharusnya dilakukan, dan harganya murah dibandingkan pedagang daging sapi di dalam. Sehingga konsumen memberi keputusan sendiri kenapa membeli daging di dalam pasar dengan harga yang cukup mahal. Dari latar belakang masalah tersebut maka

penulis mengambil judul skripsi dengan judul **”Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Maron Kabupaten Probolinggo”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah ditentukan di atas, maka perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron?
2. Adakah pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara parsial terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron?
3. Variabel manakah berpengaruh dominan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian daging sapi di Pasar Maron?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini ditetapkan antara lain:

1. Ruang lingkup pada penelitian ini diberi batasan pada analisis data yang dilakukan sesuai hasil kuisioner mengenai harga dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Responden yang terdapat pada penelitian ini adalah masyarakat kecamatan maron yang termasuk konsumen yang membeli daging sapi di salah satu pedagang daging sapi yaitu ibu ririn.
3. Jenis produk yang diteliti adalah daging sapi dan yang termasuk jeroan, kepala sapi serta tulang sapi.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Terkait dengan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara dominan terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini di antaranya :

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil dari penelitian ini untuk membandingkan dan menerapkan teori-teori yang tidak didapat oleh peneliti selama masa perkuliahan dengan cara pengambilan data secara langsung di masyarakat.

#### **b. Bagi Masyarakat Kecamatan Maron**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat mengenai harga dan kualitas produk yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.

c. Bagi Universitas Panca Marga

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Panca Marga ini diharapkan dapat menambah kepustakaan di bidang manajemen dan dapat menambah wawasan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian dengan topik Manajemen Pemasaran dalam menyusun penelitian selanjutnya.

### **1.5 Asumsi Penelitian**

Merujuk yang tertulis dalam bukunya, Sugiono (2017 : 54), menjelaskan bahwa “Asumsi penelitian merupakan pernyataan diterima kebenarannya tanpa pembuktian.” Berdasarkan definisi di atas, maka peneliti dapat merumuskan suatu asumsi sebagai berikut :

1. Dengan adanya harga yang diberi pedagang daging sapi, maka akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
2. Kualitas pada daging sapi juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian daging sapi.
3. Setiap konsumen memiliki alasan masing-masing dalam memutuskan pembelian daging sapi.