

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis antar pemasar produk *food* di wilayah Purbalingga semakin ketat. Jenis produk *food* dengan berbagai merek yang menyamai produk Nabati dengan menawarkan kualitas produk, harga, dan berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk bersaing di dunia penjualan. Mengacu pada permasalahan tersebut PT. Kaldu Sari Nabati sebagai salah satu produsen dan pemasar produk Nabati di wilayah Purbalingga perlu melakukan berbagai upaya untuk terus meningkatkan minat beli pelanggan terhadap produk Nabati dengan cara mengevaluasi dan mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Kotler (2011) menyebutkan bahwa keputusan pembelian yaitu merupakan suatu tindakan dari konsumen mau membeli atau tidak pada suatu produk. Ada banyak berbagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk, konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Persepsi harga yaitu suatu kecenderungan konsumen dalam menggunakan harga dan memberi penilaian terhadap suatu kualitas produk (Burton et al. 1998, Sinha and Batra 1999-2000, Garretson et al. 2002 dalam Fransiska 2010). Persepsi merupakan proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masuknya informasi dengan tujuan menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler & Keller, 2009). Salah satu sektor yang memiliki pengaruh terhadap persepsi pelanggan yaitu harga. Perusahaan bisa saja menetapkan harga yang tinggi dengan tujuan membentuk persepsi produk tersebut agar lebih berkualitas.

Kotler & Armstrong (2007) menyebutkan bahwa kualitas produk yaitu senjata strategis yang memiliki potensi untuk menghadapi pesaingnya. Maka dari itu perusahaan dengan kualitas produk terbaik yang bisa berkembang dengan pesat, dan untuk jangka waktu yang panjang perusahaan itu bisa lebih

sukses dari perusahaan kompetitor. Perusahaan saat mengeluarkan produk harus sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen itu sendiri.

Tjiptono (2004) menyebutkan kualitas pelayanan memiliki banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikan dengan cara yang berbeda juga, seperti kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan. Saat perusahaan merencanakan suatu rencana yang akan dijalankan dengan tujuan mendapat perhatian konsumen, maka dari itu membangun sebuah komunikasi yang baik kepada konsumen adalah tahapan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk konsumen dan harus dijalankan secara terus-menerus supaya pelayanan yang diberikan bisa membuat hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan distributor.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan Davin dan Metta (2016) menemukan bukti bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Di sisi lain penelitian oleh Alfredo dan Edward (2014) membuktikan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Selanjutnya, penelitian oleh Santri dan Rusda (2016) membuktikan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Adanya evaluasi dari penelitian sebelumnya memperlihatkan hasil yang beragam dan tidak konsisten atau terdapat *research gap*. Maka dari itu penelitian ini mencoba untuk melakukan pengujian lagi mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

PT Kaldu Sari Nabati adalah salah satu perusahaan dengan penjualan yang terbaik di Indonesia. Perusahaan ini juga memiliki kualitas produksi yang tinggi dengan bahan yang tidak bisa didapat di dalam negeri sehingga perusahaan ini memiliki brand yang populer dengan tingkat penjualan yang tinggi. Produk unggulan PT Kaldu Sari Nabati yaitu produk wafer dengan rasa coklat, keju, vanilla, strawberry dan produk snack siip dengan rasa keju, coklat

dan jagung sebagai produk unggulan perusahaan ini. Dari informasi yang diperoleh dari data PT Kaldu Sari Nabati di Purbalingga sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Penjualan PT Kaldu Sari Nabati Tahun 2016-2021

Tahun	Jumlah Penjualan	Perubahan %
2016	1.1 Miliar	-
2017	1.3 Miliar	18,2%
2018	1.8 Miliar	38,8%
2019	1.6 Miliar	-11,1%
2020	1.4 Miliar	-12%
Rata-rata	1,44 Miliar	-8,5%

Sumber: Data Penjualan PT. Kaldu Sari Nabati Purbalingga.

Data pada tabel 1 memperlihatkan rata-rata jumlah penjualan PT. Kaldu Sari Nabati selama periode tahun 2016-2020 sebanyak 1,44 Miliar dan data pada tabel 1 menunjukkan telah terjadi rata-rata penurunan sebesar 8,5%. Penurunan dikarenakan *sell out* perusahaan yang menurun karena adanya distributor yang status nya sudah tidak aktif dari total 100 pelanggan distributor menjadi 60 pelanggan distributor di perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Permasalahan tersebut tidak jauh dari munculnya kompetitor baru dengan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang bersaing untuk melayani pelanggan mereka. Dari informasi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul “**Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Pembelian Produk Nabati Di Kota Purbalingga**” dan untuk pelanggan yang di teliti adalah distributor (pemilik toko) yang membeli produk ke PT. Kaldu Sari Nabati.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di PT.Kaldu Sari Nabati?
2. Apakah variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di PT.Kaldu Sari Nabati?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di PT.Kaldu Sari Nabati?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, cakupan masalah dalam penelitian ini dibatasi dan difokuskan pada persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Objek penelitian ini adalah distributor PT. Kaldu Sari Nabati di Purbalingga.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis signifikansi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian PT.Kaldu Sari Nabati di Kota Purbalingga.
- b. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian PT.Kaldu Sari Nabati di Kota Purbalingga.
- c. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian PT.Kaldu Sari Nabati di Kota Purbalingga.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk mengetahui pentingnya persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan terhadap produk PT.Kaldu Sari Nabati serta memberi informasi bagi perusahaan dimana selera dan kualitas yang mengikuti zaman akan mempengaruhi kebutuhan pelanggan.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan universitas untuk memberi informasi bagi mahasiswa serta dapat mengembangkan wawasan bagi mahasiswa.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan media untuk belajar memecahkan masalah dengan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam praktik senyatanya, serta merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.