

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Panca Niaga Jaya Lestari adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak sebagai distributor makanan ringan yang telah beroperasi sejak 2002. Dalam hal ini untuk beberapa tahun terakhir diketahui bahwa penjualan perusahaan mulai mengalami penurunan dikarenakan konsumen lama tidak lagi melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhinya adalah kualitas produk dimana kualitas produk yang ditawarkan perusahaan mulai mengalami penurunan baik dari segi kinerjanya, kehandalan produk yang ditawarkan maupun ketahanan produk tersebut. Penurunan kualitas dari segi kinerja dinilai bahwa produk kurang dapat memberikan kinerja optimal. Ketahanan produk yang dinilai buruk karena produk yang dibeli tidak tahan lama .

Faktor berikutnya adalah penjualan personal dimana program penjualan personal yang dilakukan oleh perusahaan dinilai kurang efektif dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Adapun konsumen juga dinilai jarang didatangi oleh karyawan perusahaan untuk menawarkan produknya secara langsung, baik penawaran produk terbaru ataupun melakukan *follow up*.

Faktor lainnya adalah penetapan harga dimana untuk hal ini, konsumen menilai bahwa harga yang ditawarkan oleh perusahaan untuk setiap produk cukup tinggi sehingga harga tersebut tidak sesuai dengan daya beli konsumen. Berdasarkan yang terjadi pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Penjualan Personal dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari Kisaran.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas produk yang ditawarkan perusahaan sering mengalami keluhan seperti produk makanan ringan yang mengalami kerusakan.
2. Penjualan personal yang dilakukan oleh perusahaan dinilai kurang efektif dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan untuk setiap produk cukup tinggi dengan yang lainnya sehingga harga tersebut tidak hanya sesuai dengan daya beli konsumen.

4. Penjualan perusahaan mulai mengalami penurunan dikarenakan konsumen lama tidak lagi melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan dan semakin jarang terlihat adanya konsumen baru yang ingin mencoba melakukan pembelian.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari?
2. Bagaimanakah pengaruh penjualan personal terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari?
3. Bagaimanakah pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, penjualan personal dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penjualan personal terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, penjualan personal dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Panca Niaga Jaya Lestari.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori Kualitas Produk

Damiati, dkk (2017:184), kualitas produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.

Lupiyoadi (2013:214), terdapat delapan indikator yang digunakan untuk menilai kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Fitur (*Features*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*)

5. Daya Tahan (*Durability*)
6. Pelayanan (*Service Ability*)

1.5.2 Teori Penjualan Personal

Firmansyah (2020:63), penjualan personal merupakan alat yang paling efektif pada tahapan lanjut proses pembelian, khususnya untuk membangun preferensi, keyakinan, dan mendorong aksi.

Kotler dan Keller (2016:673), indikator dari variabel *personal selling* adalah:

1. informasi
2. Pengetahuan produk
3. Alat penunjang Identifikasi konsumen
4. Melakukan kunjungan pribadi
5. Mencari presen

1.5.3 Teori Penetapan Harga

Tjiptono dan Diana (2020:256), harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Kotler dan Amstrong (2012:278), indikator harga adalah berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

1.5.4 Teori Keputusan Pembelian

Firmansyah (2018:27), keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Kotler dan Keller (2012:154), ada empat indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Kemantapan pada suatu produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Membeli rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

1.6 Teori Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Raharjo (2021:35), “Kualitas produk inti sangat penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian, karena alasan utama seseorang melakukan pembelian berdasarkan pada produk inti dari suatu produk.”

1.7 Teori Pengaruh Penjualan Personal Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2020:63), “Penjualan Personal merupakan alat yang paling efektif pada tahapan lanjut proses pembelian, khususnya untuk membangun preferensi, keyakinan, dan mendorong aksi.

1.8 Teori Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Ramdhani, dkk. (2020:36), “Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan dan menjadi sebuah nilai atas sebuah barang atau jasa yang memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli.”

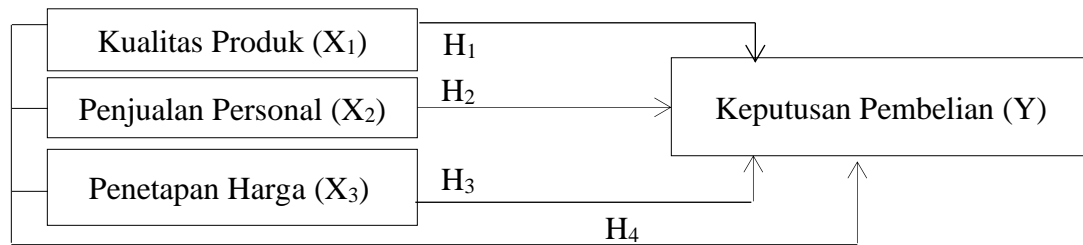
1.9 Definisi Operasional

Tabel I.1

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah evaluasi konsumen secara keseluruhan terhadap keunggulan kinerja suatu barang atau jasa.	1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Estetika 4. Kualitas Yang Dipersepsikan	Skala <i>Likert</i>
Penjualan Personal (X ₂)	Penjualan personal merupakan alat yang paling efektif pada tahapan lanjut proses pembelian, khususnya untuk membangun preferensi, keyakinan, dan mendorong aksi.	1. Melakukan kunjungan pribadi 2. Pengetahuan produk 3. Menangani keluhan 4. Memberikan solusi	Skala <i>Likert</i>
Penetapan Harga (X ₃)	Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih.	1. Kemantapan pada suatu produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Membeli rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	Skala <i>Likert</i>

1.10 Kerangka Konseptual

Tabel I.2



1.11 Hipotesis Penelitian

Menurut Djaali (2020:15), hipotesis adalah suatu pernyataan tentang karakteristik populasi yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Pernyataan tersebut merupakan hasil dari penelaahan teoritik, baik menggunakan penalaran deduktif maupun menggunakan penalaran induktif.

H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Panca Niaga Jaya Lestari.

H₂ : Penjualan personal berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Panca Niaga Jaya Lestari.

H₃ : Penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Panca Niaga Jaya Lestari.

H₄ : Kualitas produk, penjualan personal dan penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Panca Niaga Jaya Lestari.