

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kopi saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan dari masyarakat dimana banyak sekali konsumen yang meminum kopi guna untuk meningkatkan semangat kerjanya sampai dengan menjadi gaya hidup mereka. Para penikmat kopi saat ini sangat berkembang pesat dimana para konsumen akan berusaha mencari dan mencobai setiap kopi yang ada untuk mendapatkan rasa yang pas dan di inginkan oleh konsumen tersebut. PT. Panca Asri Sentosa merupakan salah satu distributor biji kopi, baik dapat berbentu biji kopi maupun sudah di olah menjadi halus. Perusahaan saat ini mengalami masalah dimana keputusan pembelian konsumen akan produk kopi yang ditawarkan menjadi merun yang hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Data Persentase Pencapaian Penjualan pada PT. Panca Asri Sentosa Tahun 2021

Bulan	Target Perusahaan (Rupiah)	Realisasi Penjualan (Rupiah)	Pencapaian Target (%)
Januari	1,200,000,000	1,073,115,750	89.43%
Februari	1,200,000,000	1,030,134,250	85.84%
Maret	1,200,000,000	1,045,385,750	87.12%
April	1,200,000,000	1,029,441,000	85.79%
Mei	1,200,000,000	998,244,750	83.19%
Juni	1,200,000,000	971,215,050	80.93%
Juli	1,200,000,000	1,038,989,050	86.58%
Agustus	1,200,000,000	943,038,550	78.59%
September	1,200,000,000	1,037,031,500	86.42%
Okttober	1,200,000,000	1,061,544,350	88.46%
November	1,200,000,000	1,017,362,000	84.78%
Desember	1,200,000,000	1,039,903,200	86.66%

Penjualan pada PT. Panca Asri Sentosa dapat dilihat bahwa seringnya perusahaan mengalami ketidakcapaian target. Penjualan yang rendah tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya harga yang terlalu tinggi. Harga diduga mengalami masalah dimana PT. Panca Asri Sentosa menjual produk kopi dengan harga yang cukup tinggi di bandingkan dengan pesaingnya. Sehingga penjualan produk tersebut menurun dan juga hal ini dapat mempengaruhi penjualan dari produk tersebut dimana pelanggan dapat beranggapan bahwa produk yang ditawarkan PT. Panca Asri Sentosa ini terlalu mahal

Kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dimana kualitas produk yang baik akan membuat konsumen menjadi puas sehingga akan membuat konsumen menjadi semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun, PT. Panca Asri Sentosa dianggap memiliki kualitas biji kopi yang kurang baik dimana ada beberapa konsumen merasa kopi yang ditawarkan tidak memiliki wangi kopi yang kuat dan juga mudahnya kopi menjadi bau yang kurang sedap membuat konsumen menjadi kurang teristik akan kopi yang ditawarkan perusahaan dan memilih membeli dari perusahaan lain.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Panca Asri Sentosa dianggap kurang baik oleh pelanggan dimana pelanggan merasa karyawan dari PT. Panca Asri Sentosa kurang mengetahui produk yang ditawarkan sehingga membuat pelanggan menjadi sulit untuk berkomunikasi selain itu. Karyawan PT. Panca Asri Sentosa sering tidak melakukan visit ke toko maupun cafe untuk menawarkan produk dan hanya mengandalkan telfon sehingga konsumen merasa kurang jelas akan produk tersebut yang berujung pada konsumen menjadi memilih produk yang lain

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalahnya:

1. Harga yang lebih mahal dibandingkan pesaingnya membuat konsumen memilih membeli di tempat lain
2. Kualitas produk kopi yang kurang baik membuat konsumen menjadi tidak tertarik akan produk yang ditawarkan perusahaan.
3. Pelayanan yang kurang baik dimana karyawan perusahaan tergolong tidak ramah terhadap pelanggan membuat pelanggan menjadi kurang nyaman berbelanja di perusahaan
4. Keputusan pembelian pelanggan yang menurun yang disebabkan harga yang terlalu tinggi, kualitas produk yang kurang dan juga kualitas pelayanan dari perusahaan yang kurang baik

I.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian?
4. Bagaimana pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diperoleh berbagai pihak yaitu :

1. Bagi PT. Panca Asri Sentosa, Sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Panca Asri Sento sa untuk lebih memperhatikan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, Sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi penelitian bagi Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia
3. Bagi Peneliti, Sebagai peningkatan pengetahuan dan wawasan bagi penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjukan penelitian dengan variabel penelitian yang sama.

I.6 Landasan Teori

I.6.1 Teori Harga

Menurut Abubakar (2018:40), harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya..

Menurut Abubakar (2018:47), indikator harga adalah :

1. Tarif,
2. Kesesuaian diskon,
3. Promo harga,
4. Harga sangat sesuai kualitas,
5. Harga sangat murah

I.2.2 Teori Kualitas Produk

Menurut Suprapto & Azizi (2020:20), Pengetahuan Produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut dan fitur produk

Menurut Firmansyah (2018:66), ada 3 indikator untuk Pengetahuan Produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk,
2. Pengetahuan tentang manfaat produk,
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi pelanggan.

I.2.3 Teori Kualitas Pelayanan

Menurut Alma (2018:296), Kualitas Jasa adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riel disajikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:9), terdapat 4 indikator yang dikenal dengan istilah SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu :

1. Bukti fisik (*Tangibles*),
2. Daya Tanggap,
3. Jaminan,
4. Empati

I.2.4 Teori Keputusan Pembelian

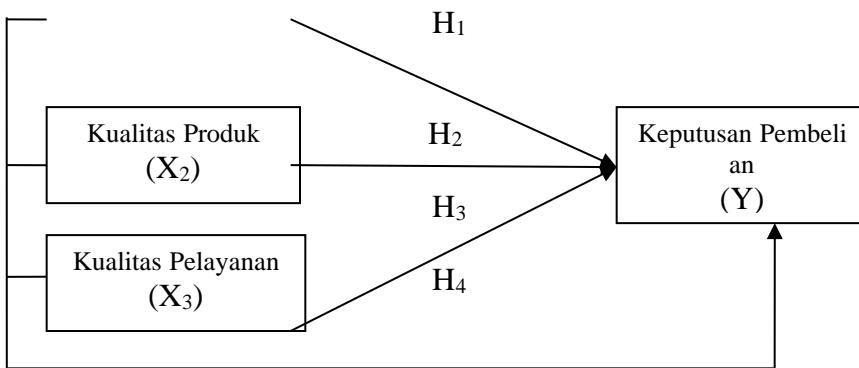
Menurut Hasan (2016 : 131) konsep perilaku pelanggan menjelaskan keputusan pembelian pelanggan, setelah mereka mengemukakan persepsiannya tentang nilai

Menurut Firmansyah (2018:37), Konsumen diharapkan memunculkan keputusan untuk membeli. Ada beberapa struktur yang mempengaruhi konsumen sebagai berikut:

1. Keputusan Tentang Jenis Produk
2. Keputusan Tentang Karakteristik Produk
3. Keputusan Tentang Penjualan
4. Keputusan Tentang Jumlah Produk
5. Keputusan Tentang Waktu Pembelian

I.7 Kerangka Konseptual

Harga (X ₁)



Gambar II.1
Kerangka Konseptual

I.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H₁:Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₂:Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₃:Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa

H₄:Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Panca Asri Sentosa