

## **BABI**

### **PENDAHULUAN**

Dalam globalisasi saat ini, persaingan banyak terjadi antar perusahaan. Hal ini karena berkembangnya teknologi yang semakin lama semakin pesat. Setiap perusahaan berusaha menjadi yang terbaik dalam persaingan yang sangat pesat. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk atau jasa dimana konsumen terlibat secara langsung dalam memilih barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Harga merupakan suatu nilai tukar terhadap barang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Selain harga, promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi dapat menarik minat beli konsumen dalam membeli suatu barang jika sebuah perusahaan dapat memberikan promosi yang dapat mensugesti dan memberikan pengaruh pada konsumen.

Kualitas produk juga sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Jika kualitas produk itu sesuai kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas dan tertarik untuk membeli produk tersebut sehingga tingkat penjualannya perusahaan akan mengalami kenaikan.

PT. Industri Karet Deli Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di pembuatan ban sepeda motor, mobil dan kendaraan lainnya. PT. Industri Karet Deli Medan adalah perusahaan terbatas yang berbasis di kabupaten ini karena sebelumnya bernama Deli, pinggiran kota Medan yang terletak di Sumatera Utara kepulauan Indonesia. Perusahaan ini didirikan sebagai pabrikan sandal jepit/ sandal karet sebelum ban dan ban bagian dalam dimulai pada tahun 1970.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. INDUSTRI KARET DELI MEDAN dan mengadakan penelitian dengan judul penelitian:

**”Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada PT. INDUSTRI KARET DELI MEDAN”.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

1. Harga yang ditetapkan pada PT. Industri Karet Deli Medan lebih tinggi dibandingkan dengan merek lain.
2. Promosi yang dilakukan perusahaan kurang berjalan efektif sehingga konsumen kurang menguasai produk yang ditawarkan PT. Industri Karet Deli Medan.
3. Kualitas produk kurang baik mengakibatkan konsumen kurang puas akan produk Ban yang telah mereka beli sehingga terdapatnya beberapa keluhan konsumen.
4. Keputusan konsumen yang kurang optimal ditandai dengan banyaknya jumlah keluhan konsumen mengenai harga, promosi dan kualitas produk yang dibeli pada PT. Industri Karet Deli Medan.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan?

4. Bagaimana pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan.
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan.
4. Untuk menguji pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan.

#### **1.5. Teori Tentang Harga**

Menurut Tjiptono (2012:315), “Istilah harga bisa diartikan sebagai jumlah (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan atau suatu nilai yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang dan jasa.”

Menurut Abdullah dan Tantri (2015:171) indikator harga dalam penelitian ini terdiri dari lima langkah yaitu:

1. Memilih sasaran harga
2. Menentukan permintaan
3. Memperkirakan biaya
4. Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing
5. Memilih metode penetapan harga

#### **1.6. Teori Tentang Promosi**

Menurut Suryadi (2011:61), “Promosi merupakan kata adopsian dari bahasa Inggris, yaitu juga mengadopsi dari bahasa Yunani, yaitu *promovere*. Secara sederhana, sebagaimana, promosi dapat diartikan sebagai upaya menyampaikan pesan tentang hal yang kurang dikenal sehingga menjadi dikenal oleh publik”.

Menurut Setyaningrum (2015:233), indikator – indikator promosi diantaranya adalah :

1. Iklan
2. Penjualan Pribadi
3. Promosi Penjualan
4. Hubungan Masyarakat
5. Publikasi

#### **1.7. Teori Tentang Kualitas Produk**

Menurut Sangaji & Sopiah (2013:188), “Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa. Isu utama dalam penelitian penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya”.

Menurut Sunyoto (2014:83), Kualitas produk dapat ditentukan oleh :

1. Bahan
2. Teknik atau cara pembuatan
3. Tingkat keahlian orang atau perusahaan yang mengerjakan
4. Desain dan spesifikasi teknik
5. Daya tarik

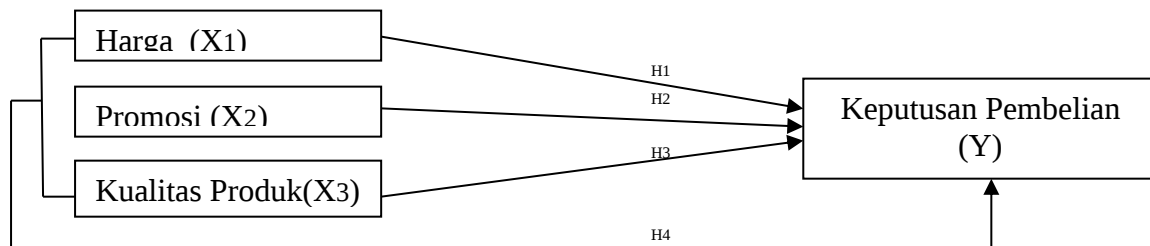
#### **1.8. Teori Tentang Keputusan Pembelian**

Menurut Fahmi (2016:57), “Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut”. Menurut Sunyoto (2014:284), indikator keputusan pembelian, yaitu:

1. Keputusan tentang jenis produk
2. Keputusan tentang bentuk produk
3. Keputusan tentang merek

4. Keputusan tentang penjualnya
5. Keputusan tentang jumlah produk.

Berdasarkan uraian penjelasan variabel bebas ( $X_1, X_2$ , dan  $X_3$ ) juga variabel terikat ( $Y$ ) diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah:



### 1.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis sementara penelitian ini dapat disimpulkan yaitu :

- H<sub>1</sub>: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Industri Karet Deli Medan.
- H<sub>2</sub>: Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Industri Karet Deli Medan.
- H<sub>3</sub>: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Industri Karet Deli Medan.
- H<sub>4</sub>: Harga, Promosi dan Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Industri Karet Deli Medan.