

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia usaha yang pesat belakangan ini, pemasaran menjadi salah satu faktor penting bagi kemajuan perusahaan. Setelah sebuah barang diproduksi, langkah berikutnya adalah bagaimana perusahaan tersebut memasarkan produknya. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang memberikan manfaat langsung bagi perusahaan dalam menerapkan sistem pemasaran yang efektif dan efisien untuk mencapai minat beli pelanggan yang tinggi. Kegiatan penjualan sangat penting karena melalui kegiatan ini, laba yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan dapat terbentuk. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memasarkan produknya.

Indonesia, sebagai negara berkembang yang terus melakukan pembangunan di berbagai sektor, menjadikan sub sektor peternakan sebagai komponen andalan sumber pertumbuhan baru dalam pembangunan nasional. Usaha peternakan semakin penting perannya dalam pembangunan, tidak hanya dalam penyediaan protein hewani tetapi juga dalam membangun ekonomi masyarakat. Pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahun menyebabkan kebutuhan pangan penduduk Indonesia juga meningkat. Pertumbuhan penduduk ini berdampak pada peningkatan permintaan terhadap produk peternakan.

Banyak perusahaan bergerak di bidang peternakan, salah satunya adalah PT. Medan Jaya Makmur yang telah beroperasi sejak tahun 2010. Ketatnya persaingan usaha saat ini membuat perusahaan mengalami penurunan dalam usahanya, di mana keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang ditawarkan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan sejenis yang menawarkan produk dengan kualitas lebih baik, sehingga menarik perhatian pelanggan untuk beralih ke perusahaan lain. Penurunan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan kurang baik, sehingga pelanggan kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Beberapa pelanggan yang pernah membeli produk dari perusahaan juga jarang merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa kecewa dengan kualitas produk. Harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan dirasa lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain, membuat pelanggan mencari perusahaan yang menawarkan produk lebih murah. Selain itu, kualitas pelayanan perusahaan kurang baik, sehingga pelanggan jarang ingin membeli dari perusahaan. Keluhan yang muncul meliputi kurangnya responsivitas karyawan dalam melayani pelanggan, kurangnya kehandalan dalam penawaran produk karena minimnya pengetahuan, dan beberapa karyawan dianggap kurang ramah

dalam memberikan layanan, sehingga pelanggan memutuskan untuk beralih ke perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Medan Jaya Makmur.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang ditawarkan perusahaan kurang memuaskan, sehingga pelanggan tidak tertarik untuk mencoba membeli produk tersebut. Beberapa pelanggan yang pernah membeli produk dari perusahaan juga jarang merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa kecewa dengan kualitas yang ditawarkan.
2. Harga produk yang ditawarkan perusahaan dianggap lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain, sehingga pelanggan cenderung mengevaluasi kembali untuk menemukan perusahaan yang menawarkan produk lebih murah.
3. Kualitas pelayanan perusahaan kurang baik, menyebabkan pelanggan jarang ingin membeli dari perusahaan tersebut. Keluhan yang muncul meliputi kurang responsifnya karyawan dalam melayani pelanggan, kurangnya kehandalan dalam penawaran produk akibat minimnya pengetahuan, serta beberapa karyawan dianggap kurang ramah dalam memberikan layanan, sehingga pelanggan memutuskan untuk mencoba membeli dari perusahaan lain.
4. Keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan sejenis yang menawarkan produk dengan penawaran yang lebih baik, menarik perhatian pelanggan untuk beralih ke perusahaan lain.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur?
2. Apakah Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur?
4. Apakah Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.

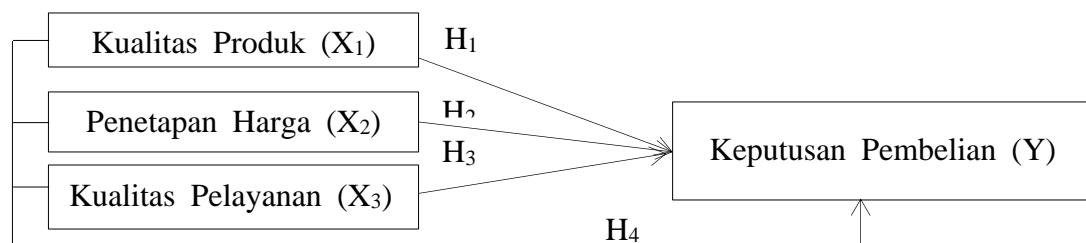
1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan kontribusi dari berbagai bidang yang berkaitan:

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan Keputusan Pembelian pelanggan pada perusahaan dengan Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan.
2. Bagi peneliti
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar penambahan pengetahuan mengenai bagaimana cara untuk meningkatkan Keputusan Pembelian pelanggan pada perusahaan dengan Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan.
3. Bagi Akademisi
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar referensi bagi mahasiswa kedepannya yang akan melakukan penelitian yang sama yaitu untuk mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan Keputusan Pembelian pelanggan pada perusahaan dengan Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan.

1.6 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat sebagai berikut ini:



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

1.7 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

- H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
- H₂ : Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
- H₃ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.
- H₄ : Kualitas produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pelanggan pada PT. Medan Jaya Makmur.