

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa yang semakin berkembang tak lepas dari kecanggihan teknologi dan informasi, dimana perusahaan dituntut untuk menentukan strategi terbaik mereka dalam menarik konsumen. Hal tersebut membuat konsumen mulai berpikir selektif dan cerdas dalam memilih suatu produk, mulai dari melihat kualitas dan harga produk yang akan mereka beli.

Pola pikir konsumen akan keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh gaya kehidupan yang tengah dijalannya saat ini. Keputusan pembelian merupakan hasil final yang diperoleh pelanggan dalam membeli sebuah produk. Aspek kualitas produk dan harga merupakan suatu acuan sebuah pelaku bisnis dalam memasarkan usahanya. Semakin berkualitas cita rasa suatu produk maka konsumen tidak akan ragu untuk mengambil keputusan pembelian. Tidak hanya itu, harga juga memiliki pengaruh penting terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun harga bersifat sementara, dimana produsen juga harus mengikuti perkembangan harga di pasar.

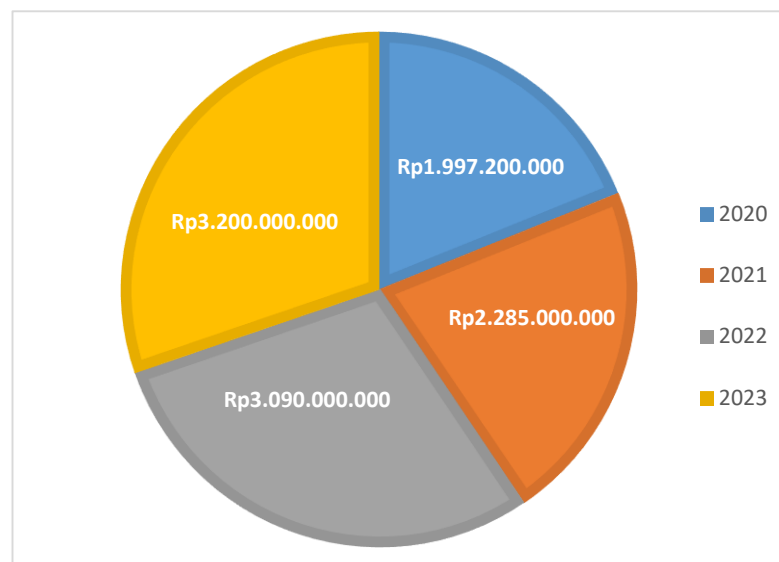
Ketatnya persaingan usaha saat ini, menjadi sebuah persoalan yang tengah dihadapi oleh seorang pelaku usaha bisnis makanan ringan. Salah satu usaha yang tengah bersaing di pasar hingga saat ini ialah usaha “Kerupuk dan Kemplang”, dimana menjadi salah satu usaha rumah tangga yang termasuk usaha berskala kecil. Usaha ini memiliki kesamaan antara satu dengan yang lain, hal ini dikarenakan kerupuk dan kelempang merupakan makanan khas sehingga banyak usaha sejenis yang didirikan untuk mendapatkan rasa yang lain dari yang biasa, maka perlu diperhatikan mutu dari makanan tersebut agar sesuai dengan standar kesehatan sehingga tidak merugikan konsumen.

Salah satu kegiatan yang terpenting dalam bauran pemasaran yaitu dengan melakukan promosi, karena dengan adanya kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan agar dapat berkomunikasi dengan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mempengaruhi dan menarik

minat konsumen selain itu, promosi digunakan untuk memperkenalkan produk yang kita tawarkan dan juga dapat membujuk konsumen untuk dapat menggunakan ataupun mengkonsumsi produk yang kita tawarkan.

Selain itu juga penentuan tempat usaha sangat mempengaruhi perusahaan. Karena letak tempat perusahaan harus strategis dan juga dapat membantu meminimalkan ongkos-ongkos produksi, sehingga semakin sedikit problema yang dihadapi oleh perusahaan maka lebih banyak mencurahkan waktu pada usaha-usaha perencanaan dibidang lain karena sudah menikmati pemilihan tempat usahanya yang relatif tepat.

Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang terletak di Jalan D.I Panjahitan No.442, Bagus Kuning, Kecamatan Plaju, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111. Dalam waktu 4 tahun terakhir ini mengalami peningkatan dalam penjualan, meskipun di Kecamatan Plaju sendiri sudah banyak toko kelempang yang menjual produk yang sama sehingga persaingan semakin ketat. Penjualan yang didapatkan selama 4 tahun terakhir yaitu tahun 2020 sebanyak 1.997.200.000 2021 sebanyak Rp 2.285.000.000 dan tahun 2022 Rp 3.090.900.000 dan tahun 2023 sebanyak Rp 3.200.000.000. Berikut grafik peningkatan penjualan selama 4 tahun terakhir.



Gambar 1.1 Penjualan Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang Tahun 2020-2023

Sumber: Toko Maulana 88, 2024

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan adanya peningkatan penjualan selama 4 tahun terakhir yaitu tahun 2020-2023 yaitu dari tahun 2020 sampai 2021 sebesar 14% kemudian tahun 2022 sebesar 35% dan terakhir 2023 sebesar 4% dengan presentase rata-rata kenaikan sebesar 18%. Faktor yang mempengaruhi kenaikan setiap tahunnya ini tidak bisa lepas dari kualitas produk Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 sendiri. Pemilik usaha sendiri menggunakan ikan dan bahan-bahan yang berkualitas sehingga memiliki cita rasa yang enak, selain menjaga kualitas produk, pemilik juga menerapkan tester pada saat sebelum membeli produk.

Konsumen lebih memilih kualitas dan harga produk yang benar-benar terjamin walaupun disetiap pesaing menjual produk dengan kualitas yang berbeda dan pastinya harganya juga berbeda. Walaupun antar pesaing menjual produk yang sama, berdasarkan hasil wawancara diperoleh hasil bahwa hanya di toko Maulana 88 yang menjual kualitas dan harga produk lebih tinggi dibandingkan pesaing lain.

Salah satu usaha bisnis yang sedang meroket dan tengah menjadi pusat perhatian masyarakat terutama pecinta kuliner ialah di bidang makanan ringan, dimana usaha ini memberikan perkembangan yang cukup pesat setiap harinya. Selain memberikan keuntungan yang signifikan, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwasannya kadang kala pembisnis kuliner mengalami penurunan akan keuntungan yang diperoleh, hal itu dapat terjadi karena pembisnis tersebut tidak mengaplikasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan produk yang dijualnya. Agar tercapainya tujuan perusahaan, seorang produsen haruslah memikirkan apa yang tengah dibutuhkan pembeli, serta harus mengetahui selera konsumen. Usaha yang bergerak dibidang makanan ringan di Kota Palembang khususnya di Kec, Plaju selain Toko Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Toko Kerupuk dan Kemplang di Kecamatan Plaju

Nama Toko	Alamat
ADY	Jl. D.I. Panjahitan No.21, Tangga Takat, Kec. Seberang Ulu II, Palembang
NANDO	Jl. D.I. Panjahitan No.669, bagus Kuning, Kec. Plaju, Palembang
KEN 328	Jl. D.I. Panjahitan No.kel, 16 Ulu Kec. Seberang Ulu II, Palembang
518	Jl. D.I. Panjahitan No. 31, Tangga Takat, Kec. Seberang Ulu II, Palembang

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan usaha yang bergerak di bidang makanan ringan yang ada di Kecamatan Plaju tidak hanya ada 1 atau 2 toko saja, tetapi terdapat beberapa toko yang bergerak di bidang makanan ringan yang sama. Toko kerupuk dan kemplang agar sukses dalam persaingan bisnis, produsen harus berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap produsen harus berupaya menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang pantas.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh strategi pemasaran. Pelaku usaha dapat dinyatakan berhasil apabila memproduksi atau memasarkan hasil produksinya secara berkelanjutan dengan jumlah yang meningkat dan memberikan keputusan kepada konsumennya baik dari segi produk, harga, merek dan daya tarik agar bisa menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian itu sendiri berarti tindakan atau keputusan yang dilakukan oleh konsumen sebagai pertimbangan dari dua alternatif atau lebih. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak terjadi secara instan karena konsumen akan lebih selektif dalam menentukan produk yang bisa memberikan kenyamanan untuk konsumen itu sendiri. Banyak faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu, produk apa saja yang dipasarkan, bagaimana kualitas produknya serta harga yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik mengangkat penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kerupuk dan Kemplang Maulana 88?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Kerupuk dan Kemplang Maulana 88?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan pembelian?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan pada laporan akhir ini lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan, maka penulis memberikan batasan ruang lingkup pembahasan dari penelitian ini mengenai berapa besar pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang.
- b Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Kerupuk dan Kemplang Maulana 88.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah pengetahuan/wawasan mengenai bidang mata kuliah Manajemen dan Administrasi Penjualan, meningkatkan keterampilan dalam menulis, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama bangku kuliah dalam bentuk karya tulis ilmiah berupa laporan akhir.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

c. Bagi Pihak Lain

Laporan ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan literatur dalam penyusunan laporan akhir pada mata kuliah pemasaran.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang yang beralamatkan di Jalan D.I Panjahitan No.442, Bagus Kuning, Kecamatan Plaju, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan Sugiyono (2022:2), jenis penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang dibuat untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, serta pada penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono (2022:8) penelitian kuantitatif merupakan

metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu.

2. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2022:104), data dapat diperoleh dari 2 (dua) sumber yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022:104). Pengumpulan data primer atau data utama dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan pada Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022:104). Sumber data sekunder dalam penulisan laporan ini penulis peroleh dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, situs internet dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian di Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode secara umum diartikan sebagai proses, cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Interview* (Wawancara)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan objek penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan responden dan pemilik.

2. *Kuesioner* (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Penyebaran kuisisioner

dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan atau pernyataan dibuat sesuai dengan operasionalisasi variabel yang telah disusun sebelumnya. Skala dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang terjadi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala ordinal dengan lima kategori pembobotan skala yang dapat dilihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.2
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skala Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2022)

1.5.4 Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*Working Paper*).

1.5.5. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022:91), operasional variabel ialah suatu variabel berbentuk apapun yang diidentifikasi oleh peneliti dalam memperoleh informasi serta menarik kesimpulan darinya.

Dalam penelitian laporan akhir penulis menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*).

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
1	Kualitas Produk (X1)	<i>Reabilit</i> (kehandalan)	a) Bahan berkualitas	Menurut Mullins dalam Brama Kumbara (2021)
		<i>Durability</i> (daya tahan)	a) Tidak mudah berjamur	
		<i>Esthetics</i> (estetika)	a) Dikemas dengan rapi b) Tampilan menarik	
		<i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	a) Kualitas tetap terjaga b) Rasa produk	
2	Harga (X2)	Harga produk pesaing	a) Persingan harga dengan toko lain	Menurut Kotler & Keller dalam (Aprileny <i>et al.</i> , 2020)
		Variasi sistem pembayaran	a) Pembayaran cash b) Kartu debit/transaksi QRIS	
		Keterjangkauan harga	a) Harga kerupuk terjangkau b) Harga bervariasi	
3	Keputusan pembelian (Y)	Pilihan produk	a) Cita rasa yang enak	Menurut Kotler & Keller dalam (Tua <i>et al.</i> , 2022)
		Pilihan merek	a) Konsisten dalam rasa	
		Pemilihan penyalur	a) Kemudahan b) Ketersediaan	
		Metode pembayaran	a) Kemudahan membeli dengan metode pembayaran debit	

1.6 Populasi dan Sampel

Penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Populasi dan sampel dalam suatu

penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan.

1.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:91), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada Toko Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 yang bersedia menjadi objek penelitian dengan mengisi kuisioner yang telah dipersipkan sebelumnya oleh peneliti.

1.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:91), mengemukakan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2022:95), *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui maka dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono dalam Faizah & Juli Prastyorini, 2022)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- | | |
|----------------|--|
| n | = Jumlah sampel yang diperlukan |
| Z ² | = Harga dalam kurve normal untuk disimpan 5% dengan nilai=1,96 |
| p | = Peluang Benar 50% = 0,5 |
| q | = Peluang Salah 50% = 0,5 |

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas didapatkan jumlah sampel yaitu 96,04 tetapi untuk memudahkan peneliti dalam melakukan perhitungan maka peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 96 responden.

1.6.3 Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2022:94), teknik *sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel, yang mana digunakan untuk menentukan sebuah sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2022), *sampling* asidental/*accidental sampling* ialah siapapun yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau tidak sengaja dapat dijadikan sampel dan sesuai dengan kriteria yang diperlukan oleh peneliti.

1.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Analisis Kualitatif

Menurut Sugiyono (2022:9), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

2. Metode Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2022:9), metode penelitian kuantitatif merupakan metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Data penelitian dalam metode ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:181), menjelaskan bahwa validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti, dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai reliabel atau tidak, maksud dari reliabel disini adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. (Sugiyono 2022:182).

Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reabilitasnya. Adapun kriteria dari pengujian reabilitas adalah:

1. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha > 0,60$ atau 60% maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha < 0,60$ atau 60% maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

c. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi atau pengaruh antar variabel X dan variabel Y secara parsial, atau dapat dikatakan bahwa uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen. Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

d. Uji F (Simultan)

Untuk melihat apakah variabel dependent kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian Kerupuk dan Kemplang Maulana 88 Palembang (Y). Analisis ini menggunakan ANOVA dimana nilai $\text{sig} < 0.05$ maka variabel berpengaruh secara simultan.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2019:241), pengertian determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen), semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Kolerasi

f. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2020:154), analisis regresi linier berganda ialah satu model hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dengan jumlah variabel independen lebih dari satu yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Keputusan Pembelian (Y). Persamaan regresi linier berganda dirumuskan dengan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

b₁, b₂ = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas

X₂ = Harga

e = *Error*