

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan yang pesat di segala bidang telah banyak merubah keadaan lingkungan dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara, guna menunjang suksesnya era pembangunan dewasa ini, diperlukan adanya partisipasi dari seluruh unsur-unsur yang terkait. Segala daya upaya serta aktivitas harus dikerahkan untuk menyukseskan pembangunan disegala bidang terutama sektor perekonomian dan mengejar segala ketinggalan negara sedang berkembang dibanding negara yang sudah maju.

Di dalam pembangunan sektor ekonomi sangatlah diperlukan penanganan dan terintegrasi dalam memanfaatkan sumber kekayaan alam yang semakin menipis. Hal ini disebabkan oleh semakin terbukanya peluang untuk mendirikan industri-industri baik yang bergerak dalam bidang produksi perdagangan maupun jasa. Ini berarti produksi barang sejenis banyak bermunculan. Keadaan itu akan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif, sehingga mengakibatkan ruang gerak masing-masing perusahaan menjadi lebih sempit.

Dimasa perekonomian dengan persaingan yang semakin intensif sekarang ini perusahaan dituntut memenangkan persaingan. Untuk mencapainya seorang manajer perusahaan harus membuat kebijakan baik intern maupun ekstern. Kebijakan intern yang ditempuh perusahaan yaitu memperhatikan unsur-unsur bauran pemasaran dalam pemasarannya. Sedangkan dalam menghadapi faktor

eksternal yang merupakan faktor yang tidak terkendali tetapi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan pemasaran seperti: luas pasar, daya beli, pesaing, pendatang baru, peraturan pemerintah, produk, harga, keputusan pembeli dan perkembangan teknologi.

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang dipilih. Pemasaran yang baik itu bukan kebetulan, melainkan hasil dari eksekusi dan perencanaan yang cermat. Praktik pemasaran terus ditingkatkan dan diperbaharui diseluruh industri untuk meningkatkan peluang keberhasilan.

Manusia sebagai konsumen di dalam kehidupannya tidak lepas dari berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar sampai pada tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Salah satu kebutuhan konsumen adalah tampil lebih energik, dimana kebutuhan ini bisa dipenuhi dengan mengkonsumsi rokok. Sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk rokok, maka terbuka peluang bagi para pengusaha khususnya industri rokok untuk menyediakan kebutuhan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis dan merek rokok yang ditawarkan dipasaran saat ini khususnya di kota Medan.

Bagi masyarakat yang mengkonsumsi rokok, banyaknya perusahaan rokok yang bermunculan sekarang ini mengakibatkan mereka semakin teliti dan kritis dalam memilih rokok yang sesuai kebutuhannya. Hal tersebut menjadi catatan dan

masalah yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dan akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan rokok lainnya.

Perkembangan bisnis pada era globalisasi ini tidak luput dari persaingan yang semakin berat dalam memasarkan produk ataupun jasa. Perusahaan berusaha membuat suatu produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen agar dapat mampu bertahandari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen. Jika produk dapat diterima dengan baik di masyarakat berarti tujuan perusahaan telah tercapai.

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau kebutuhan. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan di rasakan. Kualitas produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi, melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Oleh karena itu, kualitas produksi suatu barang juga berpengaruh besar pada keputusan pembelian konsumen.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat berhati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh sebab itu untuk dapat mendapat perhatian konsumen maka pihak pemasar harus

dapat menawarkan produk yang sesuai dengan harapan konsumennya karena penawaran produk adalah jantung dari program pemasaran dari suatu organisasi dan biasanya merupakan langkah awal dalam membentuk bauran pemasaran.

Faktor lainnya adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga berperan sebagai salah penentu dalam pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga juga harus berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai atau manfaat dari produk yang dikonsumsinya. Jika konsumen menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka konsumen tersebut mungkin tidak akan membeli produk itu kembali. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk atau sesuai dengan manfaat, maka konsumen tersebut kemungkinan akan membelinya kembali.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dalam pilihan dan proses integrasi yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif. Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian. Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Tetapi, kadang mengambil keputusan ini tanpa memikirkan

bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan ini. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

PT. Bentoel Group Cabang Medan yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distributor rokok dan merupakan cabang dari PT. Bentoel Internasional Investama Tbk, yang berpusat di Jakarta dan Malang yang bertugas mendistribusikan atau menjual produk-produk perusahaan untuk wilayah Kota Medan dan sekitarnya. Sampai saat ini, PT. Bentoel Group Cabang Medan mendistribusikan atau menjual produk-produk perusahaan seperti rokok brandl okal yaitu: Star Mild, neO Mild, unO Mild, One Mild, Club Mild, Star Mild Menthol, X Mild, dan Country. Sedangkan brand globalnya yaitu: Lucky Strike yang merupakan rokok laris di pasaran, namun saat ini mengalami penurunan yang signifikan di pasaran.

Mengingat sangat pentingnya kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian maka perlu dilakukan suatu penelitian di PT. Bentoel Group Cabang Medan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Lucky Strike Pada PT. Bentoel Group Cabang Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berdasarkan latar belakang berkenaan dengan penelitian ini:

1. Pihak perusahaan mengalami kesulitan untuk membangun kualitas produk dan mempertahankan kualitas produk rokok lucky strike kepada pelanggan.
2. Pihak perusahaan kalah bersaing di pasaran dengan perusahaan sejenis berkaitan dengan harga produk rokok *lucky strike*.
3. Kualitas dan harga produk di pasaran belum dapat untuk meningkatkan keputusan pembelian rokok *lucky strike*.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan baik dan terarah, sesuai dengan latar belakang, maka menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.
2. Seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ada kualitas terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan?

2. Apakah ada pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan?
3. Apakah ada pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan juga sebagai sumbangan pemikiran positif yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.

2. Bagi pembaca

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pembelajaran dan referensi terutama pada topik-topik tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka untuk mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran tentang kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian rokok *lucky strike* pada PT. Bentoel Group Cabang Medan.

