

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan membutuhkan sebuah strategi yang baik. Terutama pada bidang pemasaran, karena pemasaran merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik, perusahaan akan mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, baik barang maupun jasa. Ada beberapa hal yang penting didalam pemasaran, salah satunya strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran. Kebutuhan manusia terdiri dari sandang, pangan, dan papan dan merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi umat manusia. pemenuhan kebutuhan pupuk untuk petani mutlak diperlukan. Pemenuhan kebutuhan pupuk tersebut tidak hanya sebatas pada pupuk subsidi semata, tapi juga non pupuk subsidi.

Keputusan pembelian pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Keputusan pembelian tinggi dari pelanggan yang melakukan pembelian dengan persentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain.

Tujuan utama dari program keputusan pembelian konsumen untuk membangun hubungan dengan pelanggan sehingga mereka menjadi pelanggan setia bagi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, program keputusan pembelian konsumen saat ini menjadi suatu strategi yang digunakan oleh

perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen atau calon konsumennya. Program keputusan pembelian konsumen ini selain memberikan keuntungan bagi perusahaan, program ini juga memberikan beberapa keuntungan bagi konsumen yang keuntungan-keuntungan tersebut telah di pertimbangkan oleh perusahaan untuk diberikan kepada konsumennya.

Konsumen yang loyal memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang pada badan usaha yang sama, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha sama, memberitahu kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha dengan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing. Keputusan pembelian sebagai suatu kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merk, mempunyai komitmen pada merk tersebut, dan bermaksud untuk meneruskan pembeliannya dimasa mendatang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya yaitu bauran pemasaran, dimana bauran pemasaran dapat diukur dengan produk, harga, saluran distribusi. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama.

Produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang dapat meningkatkan keputusan pembelian yang melebihi atau paling tidak sama dengan produk dari pesaing. Berikut ini definisi produk dari para pakar utama.

Harga merupakan suatu bagian yang penting bagi pembeli dan penjual. Pertukaran barang dan jasa hanya akan terjadi jika penjual dan pembeli telah menyepakati harga. Keputusan harga akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Harga juga dirasa sangat penting dalam mengatur perekonomian. Kepentingan terhadap harga telah meningkat. Harga merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pengembangan pasar. Permintaan pasar sebagian besar dipengaruhi oleh harga. Harga akan memberikan posisi yang kompetitif pada pasar. Dengan demikian kebijakan terhadap harga merupakan hal yang tidak diragukan lagi sebagai senjata secara khusus dalam sistem perekonomian negara seperti menyempurnakan sumber daya sesuai prioritas yang telah direncanakan sebelumnya.

Begitu pentingnya penetapan harga pendekatan dari pihak produsen dimana harga tidak boleh lebih rendah dari biaya rata-rata per produk kalau perusahaan ingin memperoleh keuntungan. Selanjutnya pendekatan dari pihak konsumen dimana pada pendekatan ini harga akan membawa dampak ekonomis dan psikologis. Dampak ekonomisnya berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli. Semakin tinggi harga, semakin sedikit produk yang bisa mereka beli. Sebaliknya, semakin rendah harga, semakin banyak produk yang bisa mereka beli. Sedangkan dampak psikologis dalam beberapa kondisi harga rendah menggambarkan kualitas yang rendah sedangkan harga tinggi menggambarkan kualitas yang tinggi.

CV. Anugrah Jaya Medan merupakan perusahaan yang memproduksi pupuk Kelompok Usaha tani yang berbasis teknologi maju, dan diminati konsumen, merupakan indikator langkah tepat yang diambil oleh manajemen. Kebijakan ini akan terus dipelihara dan ditingkatkan. Pengembangan usaha dilakukan oleh manajemen Kelompok Usaha Saraswanti di bidang industri jasa laboratorium, perkebunan, properti dan di beberapa unit usaha lainnya, juga telah menunjukkan komitmen yang tinggi dalam upaya mempercepat pertumbuhan perusahaan dan membuka lapangan kerja baru.

Masalah yang dijumpai pada CV. Anugrah Jaya Medan merupakan konsumen masih mempertimbangkan barang tidak sesuai keterangan dari penjual. Ketersediaan pupuk yang ada di CV. Anugrah Jaya Medan tidak memadai untuk keperluan konsumen. Pupuk yang dijual CV. Anugrah Jaya Medan tidak lengkap dibandingkan dengan perusahaan pupuk lainnya dan harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya.

Dengan dasar yang sedemikian maka penulis berkeinginan untuk mengadakan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Pupuk Tanaman Pada CV. Anugrah Jaya Medan"**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas pada CV. Anugrah Jaya Medan, Maka diidentifikasi permasalahan yang timbul yaitu:

1. Barang tidak sesuai keterangan dari penjual

2. Ketersediaan pupuk yang ada di CV. Anugrah Jaya Medan tidak memadai untuk keperluan konsumen
3. Harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak terlalu luas maka pada penelitian ini membatasi masalah penelitian mengenai harga dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Anugrah Jaya Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah maka permasalahan dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan ?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis, dapat menambah wawasan berfikir menulis dalam bidang pemasaran terutama dalam hal bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Manfaat Praktis, memberikan masukan kepada pihak manajemen CV. Anugrah Jaya Medan dalam hal pengaruh produk, harga terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya, sebagai bahan perbandingan atau referensi yang akan meneliti masalah sama di masa yang akan datang.