

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perkembangan teknologi yang pesat seperti saat ini, persaingan dalam dunia bisnis juga semakin tajam. Oleh karena itu dalam menghadapi kondisi tersebut seorang produsen tidak boleh terpaku yang pada penawaran produk ke konsumen dalam manfaat dasarnya saja. Persaingan yang terjadi berhubungan tentang bagaimana perusahaan menambahkan nilai tersendiri pada produk yang telah dihasilkan, seperti pada bentuk pengemasan, periklanan, pelayanan konsumen, pendistribusian produk kepada konsumen, serta hal-hal yang dipandang perlu lainnya. Dengan demikian suatu perusahaan dalam menjual produknya berbeda dari para pesaingnya, sehingga produk dapat mudah dikenal oleh konsumen.¹

Seperti dimedan perang dalam bisnis perusahaan juga harus mempunyai senjata yang diutamakan agar mampu memenangkan persaingan. Bentuknya bisa berupa kualitas produk yang bagus, cita rasa produk atau penentuan harga yang bisa menarik konsumen dan juga strategi pemasaran yang tepat. Sekarang pengetahuan konsumen pun mulai berkembang dalam melakukan pembelian sebuah produk. Setiap konsumen menerima atau menyukai suatu produk apabila produk tersebut memiliki kualitas dan manfaat

¹ Levitt dan Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, (Jakarta: Prehallindo, 2000), hal. 499.

yang bagus, mempunyai ciri khas yang unik dibandingkan dengan produk yang lain. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat terbesar apa yang diperolehnya, yang selanjutnya bersedia membayar lebih banyak untuk mendapatkan penampilan, kenyamanan, dan *prestise* yang dirasakan ketika membelinya. Kualitas produk juga bisa menjadikan pelanggan semakin percaya terhadap suatu produk atau barang yang dijual.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang penting sebagai penentu tingkat kepuasan yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian produk. Falsafah bahwa konsumen akan menyukai produk bermutu terbaik dan sifat paling inovatif dan bahwa organisasi harus mencurahkan energi untuk terus menerus melakukan perbaikan produk.² Pengalaman yang dirasakan konsumen setelah mencoba produk yang telah dibelinya baik ataupun buruk akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak, sehingga produsen dituntut untuk membuat sebuah produk yang disesuaikan dengan selera konsumen.

Selain itu produsen harus menentukan apa yang bisa dijadikan daya tarik produk sehingga konsumen minat untuk melakukan pembelian. Salah satu daya tarik produk yang tidak bisa ditinggalkan adalah harga. Harga merupakan jumlah yang dibayarkan oleh pembeli ketika melakukan transaksi pembelian. Menurut Kotler dalam M. Taufiq Amir, harga dapat diartikan sebagai jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan

² Agustina Shinta, *MANAJEMEN PEMASARAN*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hal. 14

atau digunakan atas produk dan jasa.³ Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi para bagi para konsumen untuk membeli barang atau jasa.

Harga yang relatif rendah atau terkangkau merupakan sumber kepuasan yang penting bagi pelanggan atau konsumen.⁴ Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diterima maka akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut, sebab konsumen tidak selalu terpaku dengan harga yang rendah, namun pada dasarnya konsumen membeli produk yang dapat memberikan kepuasan baginya. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari dalam pemasaran.

UD. Es Drop Pak Yusup adalah asal satu unit dagang yang berada di Kecamatan Panggul yang bergerak dalam usaha jual beli dan memproduksi olahan makanan yaitu *ice cream*, UD. Es Drop Pak Yusup terletak di Desa Bodag Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. Penjualan es drop di sini sangat bergantung dengan kondisi cuaca, apabila cuaca panas maka penjualannya pun akan meningkat. Ini disebabkan karena pada dasarnya penjualan es akan meningkat jika musim panas tiba. Selain itu, jika musim penghujan tiba, jarang sekali ada pesanan es drop dari agen-agen yang diluar kota. Penjualan es drop ini biasanya hitungannya harian, jadi tiap hari volume penjualannya bisa berubah-ubah sesuai dengan pesanan yang ada. Penjualan ke

³ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 163

⁴ Handi Irawan D, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*, (Jakarta: Elexemedia Komputindo, 2002), hal. 37.

luar kota pun tiap kabupaten/kota yang biasanya menjadi distributor di kota mereka masing-masing harga yang dipatok juga berbeda. Akan tetapi, jika mereka ambil langsung ke tempat produksi es drop biayanya pun akan dikurangi. Ini disebabkan karena perjalanan yang ditempuh juga berbeda.

Tabel 1.1 Harga Produk Es Drop Tahun 2023

Harga Pabrik	Harga Pengepul		Harga Eceran
Rp. 475/buah	Trenggalek	Rp. 525/buah	Rp. 1.000
Rp. 500/buah	Tulungagung	Rp. 550/buah	Rp. 1.000
Rp. 700/buah	Kediri	Rp. 1000/buah	Rp. 1.500
Rp. 600/buah	Blitar	Rp. 800/buah	Rp. 1.000
Rp. 800/buah	Jombang	Rp. 1000/buah	Rp. 1.500

Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik usaha Es Drop Pak Yusuf.⁵

Berdasarkan tabel 1.1 diatas ntuk harga Es Drop Pak Yusup sendiri dari produksi hanya sebesar Rp.475,00 – Rp800/buah tergantung penjualan yang berada di kota/kabupaten dalam pendistribusiannya, sangatlah murah untuk sebuah produksi es.

Perbedaan harga ongkos kirim ini didasari dengan jarak yang lumayan jauh dari tempat produksi es drop ini. Jika telah sampai di berbagai kota/kabupaten, para pengepul memberikan wewenang sepenuhnya kepada agen untuk menjual kembali menjadi Rp. 1.000/buah untuk wilayah Trenggalek, Tulungagung,dan Blitar. Sedangkan untuk wilayah Kediri dan

⁵ Wawancara dengan Pak Yusuf selaku pemilik UD. Es Drop Pak Yusuf, Senin 20 Februari 2023, pukul 18.30 WIB.

Jombang dibebankan biaya Rp. 1.500/buah karena untuk wilayah Jombang memang pihak agennya meminta harga tersebut .

Pada produk minuman, sebelum melakukan pembelian biasanya konsumen juga akan mencari informasi tentang cita rasa dari produk tersebut atau mempunyai pengalaman dari pembelian sebelumnya. Ketika evaluasi konsumen terhadap cita rasa produk makanan yang dibelinya bagus maka konsumen akan cenderung kembali untuk membeli, namun sebaliknya konsumen tidak akan kembali membeli ketika hasil evaluasi terhadap produk yang dibeli tidak memuaskan.

Cita rasa adalah suatu cara untuk memilih makanan dengan membedakan dari unsur rasa makanan tersebut. Cita rasa pada makanan meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa dalam sebuah makanan sangat berperan penting terutama dalam bidang minuman, seperti salah satunya Es Drop Pak Yusup, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan atau minuman pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha harus bersaing dalam menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan supaya mudah dikenal oleh masyarakat.

Pada setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian pada dasarnya melalui proses yang sama, tetapi proses pengambilan keputusan akan meliputi usia, kepribadian seseorang, penghasilan, dan gaya hidup. Menurut George R. Terry, pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua atau lebih alternatif yang ada, sedangkan James A.F Stoner mendefinisikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu

tindakan sebagai cara pemecahan masalah.⁶ Dari pendapat tersebut keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam melakukan pembelian suatu barang atau produk dimana individu terlibat dalam menggunakan dan memanfaatkan barang tersebut

Seperti halnya pada usaha kuliner es krim. Es krim adalah salah satu produk kuliner yang banyak disukai oleh masyarakat, mulai dari kalangan anak-anak, orang dewasa, hingga tua. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang produksi es krim adalah UD. Es Drop Pak Yusup yang bertempat di Kecamatan Panggul, Kabupaten Trenggalek. Es Drop adalah es krim tradisional yang terbuat dari santan kelapa dan gula yang kemudian dicetak persegi panjang. Kualitas produk yang ditawarkan Es Drop Pak Yusup ini juga tidak kalah dengan perusahaan es krim besar, seperti AICE, WALL, CAMPINA, dan lain - lain. Selain itu harga yang dipatok cukup terjangkau membuat es drop ini dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat. Dengan harga persatuan yaitu mulai Rp. 1000, konsumen sudah dapat menikmati es drop ini dengan berbagai pilihan rasa yang dapat dipilih sesuai dengan selera.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam beberapa faktor yang telah peneliti tentukan apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk es drop di UD. Es Drop Pak Yusup di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek. Dengan

⁶ Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen & Strategi Pembelian*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hal. 45.

demikian judul yang diangkat peneliti adalah **“Pengaruh Kualitas, Harga, dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Drop Pak Yusuf.**

B. Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini membahas cangkupan-cangkupan permasalahan yang berpotensi muncul dalam penelitian, sehingga alur dari pembahasannya dapat lebih mudah untuk diarahkan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas, harga, dan cita rasa produk terhadap keputusan pembelian pada pabrik Es Drop Pak Yusuf yang bertempat di Kecamatan Panggul, Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini juga dilandasi teori-teori yang berkaitan dengan kuesioner dari pembeli Es Drop Pak Yusuf, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dan juga relevan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh kualitas produk, harga, dan cita rasa secara simultan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf?
2. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf?
3. Apakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf?

4. Apakah pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis dapat menentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan cita rasa secara simultan terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi peneliti maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti sebagai pemenuhan syarat untuk Menyusun tugas akhir skripsi dan membeikan wawasan serta informasi

mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada UD. Es Drop Pak Yusuf Kecamatan Panggul, Trenggalek.

b. Bagi lingkup akadaemik

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu memberikan suatu pengetahuan tentang perilaku konsumen, khususnya pada keputusan pembelian yang nantinya dapat dijadikan sebagai penguatan teori-teori terkait.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi pihak UD. Es Drop Pak Yusuf di Kabupaten Trenggalek

Diharapkan mampu memberikan manfaat serta masukan dalam mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi pihak akademik

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan gambaran untuk digunakan sebagai bahan literatur bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan dasar pembandingan serta dikembangkan untuk melakukan penelitian kedepannya pada bidang kajian perilaku konsumen.

d. Bagi peneliti

Penelitian ini telah menjadi ruang belajar sebagai syarat nilai positif dan sangat membantu dalam peningkatan kapasitas serta pengalaman peneliti berkaitan dengan perilaku konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu:
 - a. Variabel bebas: Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Variabel Cita Rasa Produk (X3).
 - b. Variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian.
2. Keterbatasan Penelitian
 - a. Karena adanya beberapa keterbatasan dari peneliti yang termasuk didalamnya adalah keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti hanya mengambil beberapa sampel dari pelanggan dan konsumen dari UD. Es Drop Pak Yusuf Kabupaten Trenggalek dengan ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan bab tiga.
 - b. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran angket atau kuesioner.
 - c. Penelitian ini hanya mencakup tentang pengaruh kualitas, harga, dan cita rasa produk terhadap keputusan pembelian di UD. Es Drop Pak Yusuf di Kabupaten Trenggalek.

G. Penegasan Istilah

1. Pengaruh merupakan suatu kekuatan atau daya yang timbul atau ada dari sesuatu yang juga ikut membentuk watak, kepercayaan, dan tingkah laku seseorang.⁷
2. Kualitas produk adalah kondisi dimana suatu produk yang berupa barang atau layanan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen berdasarkan tingkat mutu yang sesuai dalam hal apapun.⁸
3. Harga merupakan sejumlah biaya yang dibayarkan untuk mendapat atau memperoleh suatu produk barang atau jasa. Harga juga dapat dijadikan sebagai penentu tingkat nilai suatu produk pada konsumen.⁹
4. Cita rasa merupakan sebagai salah satu item dari produk makanan atau minuman yang sangat mempengaruhi terhadap diterima atau tidaknya produk tersebut oleh konsumen. Ketika pembelian biasanya konsumen akan sangat memperhatikan bagaimana cita rasa dari produk yang dibelinya, baik untuk konsumsi pribadi maupun keluarga.¹⁰
5. Keputusan pembelian merupakan salah satu usaha untuk memenuhi harapan atau kepuasan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, proses, manusia, dan lingkungan.

⁷ Hasan Alwi, Dkk., “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005), hal. 849.

⁸ Nasution, “*Manajemen Mutu Terpadu*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 24.

⁹ Aprihatiningrum Hadayati, Dkk., ””*Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*”, (tk: Ciptapublishing, 2021), hal. 43.

¹⁰ Setyaningsih, D., A. Apriyantono, dan M. P. Sari.,*Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro*,(Bogor: Institut Pertanian Bogor Press, 2010), hal. 42.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan skripsi sangat dibutuhkan untuk membuat sebuah penelitian, supaya pembaca dapat dengan mudah memahami penelitian. Dari penelitian ini akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, utama, dan bagian akhir.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan terkait dengan penelitian ini. Bab pendahuluan berisi sub bab latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan masalah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar. Pada bab ini juga berisi kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait mekanisme pengambilan data dan analisis data, isi dari metode penelitian yaitu pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data, jenis data, skala

pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan serta berisi paparan data hasil temuan.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan terkait hasil temuan dan membandingkan dengan teori-teori tersebut. Hasil temuan tersebut dijajarkan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu yang ada pada landasan teori.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini menjelaskan bagian terkait dari hasil pembahasan tersebut. Pada bab ini juga berisi kesimpulan dan saran bagi tempat penelitian ataupun penelitian lanjutan.