

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia pasti akan mengalami yang namanya perubahan, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial maupun budaya. Salah satu perubahan terbesar yakni pada sektor ekonomi, dimana semakin hari persaingan pasar semakin ketat yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi perusahaan atau usaha industri dalam mempertahankan pangsa pasarnya. Adanya persaingan pasar yang ketat, harusnya membuat suatu perusahaan lebih memahami kelemahan dan kelebihan dari produk yang dihasilkan maupun sistem kinerja perusahaan. Namun pada faktanya, masih banyak sekali perusahaan yang belum mampu memahami karakteristik dan selera konsumen sehingga tak jarang banyak perusahaan yang mengalami kemunduran atau bahkan gulung tikar. Mengingat begitu banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan dari perilaku konsumen mengenai produk apa yang akan dibeli, dimana mereka dapat memperolehnya dan apa yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Oleh karenanya, untuk dapat menjaga posisinya dan bertahan, perusahaan harus memahami karakteristik konsumen mereka dan memahami bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian.

Setiap perusahaan pasti memiliki cara tersendiri untuk bisa memahami karakteristik konsumen dalam memutuskan pembelian. Salah satu perusahaan atau usaha industri yang terkenal di Kabupaten Tulungagung yaitu usaha

industri Sami Asri. Industri yang berdiri sejak tahun 1968 ini berada di Desa Sembung tepatnya di Jln. Moh. Hatta No.9 Sembung Tulungagung. Industri ini bergerak di bidang pengolahan kerupuk rambak. Keunikan industri kerupuk rambak Sami Asri dibandingkan dengan industri sejenis terletak pada cara pengolahannya yang masih tradisional. Bahan baku yang digunakan tidak hanya dari kulit sapi akan tetapi juga menggunakan kulit kerbau. Sehingga membuat industri ini berbeda dari industri lain yang sejenis. Tidak hanya itu, industri Sami Asri ini, hingga sekarang masih tetap mempertahankan keaslian produknya.

Suatu bisnis dapat berjalan dan bertahan tidak terlepas dari perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam I Gusti, lebih menekankan perilaku konsumen sebagai pengambilan keputusan. Menurut mereka perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Sementara itu, Kotler dan Amstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Dari pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa perilaku konsumen sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian. Baik keputusan pembelian yang dilakukan oleh orang perorangan, kelompok maupun organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor yakni faktor budaya atau lingkungan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Dari beberapa faktor yang

mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tersebut, diantaranya seperti *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen dan kualitas pelayanan.<sup>2</sup>

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *digital marketing*. Hal ini karena pada era modern seperti sekarang, manusia tidak terlepas dari yang namanya teknologi. Sehingga, teknologi telah mengubah cara manusia dalam berbicara, berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan oleh peneliti, di era sekarang ini perilaku konsumen banyak beralih melakukan aktivitas pembelian melalui media digital yang dirasa lebih efektif dan efisien. Oleh karenanya, perusahaan harus pandai melihat peluang dalam melakukan aktifitas pemasaran. Aktifitas pemasaran yang efektif dan efisien dapat diwujudkan melalui *digital marketing*. *Digital Marketing* atau pemasaran digital merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memasarkan produk dengan menggunakan media digital seperti media sosial berupa Whatsapp, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya.<sup>3</sup> Dengan adanya *digital marketing* perusahaan dapat dengan mudah menjangkau target pelanggan, sehingga penggunaan media digital dirasa lebih efektif dalam menarik minat pembeli dalam melakukan keputusan pembelian.

Dalam menarik minat pembeli terhadap suatu produk, kualitas produk menjadi faktor pendorong dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas

---

<sup>2</sup> Dedy Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan" *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7 No. 3, 2015, hal. 228

<sup>3</sup> Musnaini, et. all., *Digital Marketing*, (Jawa Tengah: CV Pena Persada, 2020) hal. 12

ditentukan dari kegunaan dan fungsi produknya seperti daya tahan produk, ketidaktergantungan pada produk yang lainnya, eksklusivitas, kenyamanan dan wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya). Kualitas produk yang baik akan memberi dampak positif terhadap perusahaan. Ketika perusahaan memberikan produk dengan kualitas yang baik, maka konsumen akan loyal dan yakin untuk membeli produk tersebut. Disamping kualitas produk yang menjadi faktor utama dari adanya keputusan pembelian maka tinjauan harga juga sangat penting. Harga adalah pernyataan nilai dari suatu produk.<sup>4</sup> Harga yang diberikan perusahaan akan menentukan tingkat permintaan konsumen terhadap suatu produk. Jika harga semakin tinggi maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap produk, tetapi jika harga lebih rendah maka permintaan konsumen terhadap produk akan meningkat.

Permintaan konsumen akan meningkat ketika perusahaan mampu menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Selera konsumen adalah keinginan konsumen dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>5</sup> Selera konsumen pada umumnya dapat berubah sewaktu-waktu tergantung dengan keinginannya. Semakin meningkatnya selera konsumen, maka akan berdampak pada peningkatan jumlah permintaan terhadap suatu produk. Begitupun sebaliknya, semakin menurunnya selera konsumen maka akan menurunkan pula permintaan suatu

---

<sup>4</sup> Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal.61

<sup>5</sup> I Gusti Putut Endera Suantar, dkk, "Pengaruh Selera dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Montor Honda DI Kabupaten Buleleng", *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 4, No. 1, 2014, hal.2

produk. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang atau jasa. Tak hanya harus mengetahui selera konsumen, tetapi perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling penting dalam menarik minat dan daya beli konsumen. Karena saat konsumen melakukan pembelian, konsumen akan merasa senang mendapatkan pelayanan yang baik dari produsen walaupun belum mencoba produknya. Sikap yang ramah, sopan dan mudah menjawab pertanyaan dari konsumen menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian diatas maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui apakah *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Maka penulis mengambil judul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan upaya yang mendefinisikan masalah dan definisi tersebut dapat dijadikan langkah awal penelitian. Berdasarkan pada latar belakang di atas maka masalah-masalah yang diidentifikasi adalah:

1. Tingkat keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung

2. Pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
5. Pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian menetapkan rumusan masalah terkait dengan masalah yang diteliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?
2. Apakah pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?
3. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?
4. Apakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?

5. Apakah pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?
6. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
4. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
5. Untuk menguji pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung
6. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Sami Asri Sembung Tulungagung”  
adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat berfungsi untuk pengembangan usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri agar lebih dikenal di berbagai kota salah satunya di Tulungagung serta lebih memperluas lagi di Jawa Timur dengan bertambahnya konsumen yang ingin menjadi reseler untuk menjual kembali barangnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pengusaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

Dari adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan ulasan kemampuan terhadap usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

- b. Bagi *stakeholder*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan dari manfaat dan keputusan pembelian dalam memilih produk kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung lebih berkembang lagi.

- c. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menambah wawasan penelitian yang akan datang sebagai referensi penelitian.



## F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membatasi ruang lingkup supaya tidak menyimpang dari pokok pengkajian yang akan dijelaskan. Ruang lingkup penelitian ada 5 variabel bebas ( $X_1$ ) digital marketing, ( $X_2$ ) kualitas produk, ( $X_3$ ) harga, ( $X_4$ ) selera konsumen, ( $X_5$ ) kualitas pelayanan, dan variabel terikat ( $Y$ ) keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan Konseptual

#### a. *Digital Marketing*

*Digital marketing* merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau penjual dengan menggunakan media digital untuk memperkenalkan produknya.<sup>6</sup>

#### b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk melaksanakan perannya.<sup>7</sup> Kemampuan itu dapat meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

#### c. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukar dengan imbalan berupa kepemilikan atau penggunaan barang dan jasa yang dibebankan

---

<sup>6</sup> Mufidah dan Raya Sulistyowati, "Pengaruh *Digital Marketing* dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", *AKUNTABEL* Vol. 18 No. 4, 2021, hal. 664

<sup>7</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*. (London: Pearson Education, 2016), hal. 37

terhadap suatu produk sehingga tercipta ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut.<sup>8</sup>

d. Selera Konsumen

Selera adalah rasa ketertarikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang mendorongnya untuk membeli produk tersebut. Selera konsumen bersifat subjektif karena selera konsumen bergantung pada penilaian terhadap barang atau produk tersebut.<sup>9</sup>

e. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sikap yang berkaitan antara pembelian dan kepuasan konsumen sebagai hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja.<sup>10</sup>

f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah bentuk preferensi konsumen diantara merek-merek yang ada dalam pemilihan serta merupakan niat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap merek yang mereka suka pada tahap evaluasinya.<sup>11</sup> Tahap evaluasi tersebut meliputi mencari, menganalisis, memilih dan memakai suatu produk atau jasa.

---

<sup>8</sup> I. G. A Yulia Purnamasari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja", *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJIP)* Vol. 5 No. 1, 2015, hal. 1

<sup>9</sup> Bambang Widjajanta dan Aristant Widyaningsih, *Mengasah Kemampuan Ekonom.* (Bandung: Citra Praya, 2007), hal. 48

<sup>10</sup> Asrizal Efendi Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)", *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* Vol. 1, 2018, hal. 84

<sup>11</sup> Akhmad Husen, et. all., "Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol. 4 No. 2, 2018, hal. 128

## 2. Penegasan Operasional

### a. *Digital Marketing*

*Digital marketing* adalah usaha produsen dalam memanfaatkan media digital untuk memudahkan konsumen dalam mencari pengetahuan dan informasi yang berkaitan dengan Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.

### b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah pengalaman konsumen terhadap produk industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Diukur dengan mutu produk yang meliputi daya tahan, reabilitas, estetika dan kesan. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.

### c. Harga

Harga adalah pengalaman konsumen setelah membandingkan dengan produk yang sejenis mengenai harga yang ditetapkan oleh industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.

d. Selera Konsumen

Selera konsumen adalah rasa yang ditawarkan oleh industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.

e. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah pengalaman konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Diukur dengan mutu pelayanan yang meliputi bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.

f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah kegiatan konsumen yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan produk yang ditawarkan oleh industri Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Cara ukur dengan mengajukan kuesioner kepada responden. Alat ukur penelitian menggunakan skala likert dengan skor jenjang 1-5.