

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi seperti sekarang ini, secara tidak langsung akan mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Dalam dunia usaha terdapat tantangan, kegairahan, kelesuan yang dapat menyebabkan naik turunnya suatu usaha dan persaingan, persaingan tidak hanya terbatas secara lokal (daerah tertentu) dan nasional saja, namun sudah secara global. Hal ini mengakibatkan semakin banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis peluang. Kebutuhan informasi yang semakin cepat dan juga komunikasi secara global telah mendorong terjadinya persaingan yang kompetitif antar perusahaan dalam upaya menguasai pasar.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor inilah konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam memilih produk untuk dikonsumsi, konsumen akan memilih yang terbaik diantara beberapa pilihan. Untuk memutuskan produk mana yang akan dibeli di antara beberapa pilihan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk senantiasa akan tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Selain itu dimensi dari kualitas produk juga merupakan salah satu

faktor penting, karena dengan kondisi sekarang ini produk yang berkualitas mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Penilaian konsumen akan kebaikan produk menjadi pekerjaan khusus bagi perusahaan, persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Sido Muncul adalah pabrik jamu tradisional dengan menggunakan mesin-mesin mutakhir, yang semula berupa industri rumahan ini secara perlahan berkembang menjadi perusahaan besar dan terkenal seperti sekarang ini. Perseroan bergerak dalam perindustrian jamu dan farmasi, perdagangan, dan pengangkutan darat, jasa, dan pertanian. Produk perseroan yang telah dikenal luas adalah Tolak Angin dan Kuku Bima. Perseroan telah melengkapi pabriknya dengan berbagai fasilitas pendukung yang memenuhi standar farmasi. Beberapa fasilitas tersebut antara lain, laboratorium yang bersertifikat ISO (International Standard Organisation) 17025, fasilitas produksi berstandarisasi CPOB (Cara Pembuatan Obat yang Baik) dan CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik), pengolahan air demineralisasi dan limbah, klinik holistik, serta lahan agrowisata.

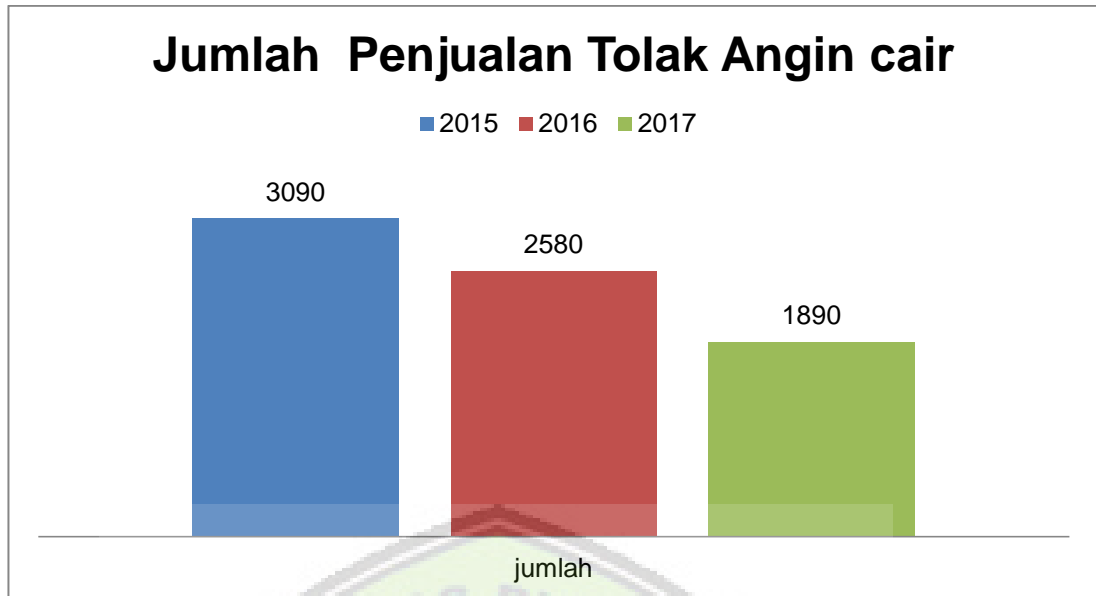
Sejak tahun 1930 hingga sekarang, resep Tolak Angin Cair Sido Muncul yang diformulasikan oleh Ibu Rachmat Sulistyio (Ny. Siem Thiam Hie) masih tetap sama. Tahun 1940, Tolak Angin Sido Muncul dijual dalam bentuk jamu Godokan di wilayah Yogyakarta. Sebelas tahun berlalu, pabrik Sido Muncul didirikan di Semarang dan jamu Tolak Angin mulai di produksi masal dalam bentuk serbuk pada tahun 1951. Tahun 1992 jamu serbuk Tolak Angin dikembangkan menjadi jamu Tolak Angin dalam bentuk cair seperti yang kita kenal sekarang ini.

Berdasarkan hasil dari laporan data penjualan dalam tiga tahun kebelakang yaitu tahun 2015, 2016, 2017 pada distributor jamu Seger Waras Jl. Setia Mekar Raya, persentase hasil penjualannya lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Dapat dilihat data penjualan pada tahun 2015-2016 dan 2017 dari tabel berikut:

**Tabel 1.1 Data Penjualan Tolak Angin Cair pada Tahun 2015 – 2017**

<b>Bulan/tahun 2015-2016-2017</b>	<b>Jumlah Penjualan (pack) 2015</b>	<b>Jumlah Penjualan (pack) 2016</b>	<b>Jumlah Penjualan (pack) 2017</b>
<b>Januari</b>	300	270	210
<b>Februari</b>	270	240	180
<b>Maret</b>	240	180	150
<b>April</b>	210	120	90
<b>Mei</b>	270	240	210
<b>Juni</b>	210	180	150
<b>Juli</b>	240	210	120
<b>Agustus</b>	210	150	90
<b>September</b>	270	240	180
<b>Oktober</b>	330	270	300
<b>November</b>	240	210	360
<b>Desember</b>	300	270	210
<b>Jumlah</b>	<b>3090</b>	<b>2580</b>	<b>1890</b>

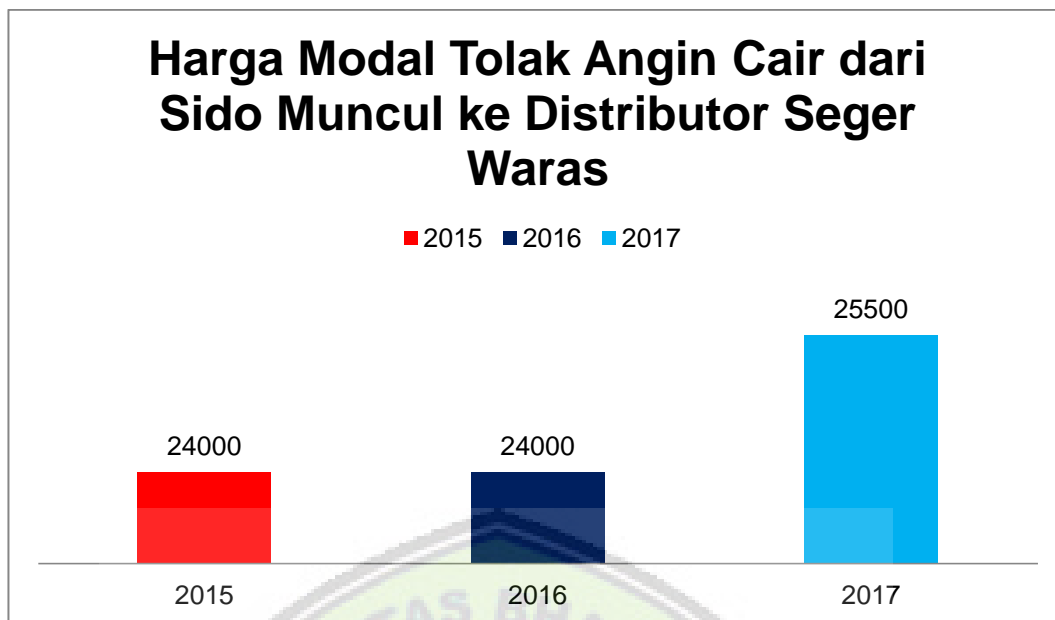
**Sumber: Data Primer Toko jamu Seger Waras**



**Gambar 1.1 Grafik Penjualan Tolak Angin Cair dari Tahun 2015, 2016, 2017**

**Sumber: Data Primer Distributor Jamu Seger Waras Pasar Rawa Kalong Bekasi Timur**

Berdasarkan gambar 1.1 dan Tabel 1.1 pada grafik penjualan diatas dapat dilihat, bahwa penjualan Tolak Angin Cair di Distributor Jamu Seger Waras mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 510 pack dari tahun 2015. Dan pada tahun 2017 penurunan penjualan kembali terjadi sebesar 690 pack dari tahun 2016.



**Gambar 1.2** Garfik Harga Jual Tolak Angin Cair Sido Muncul Ke Distributor Seger Waras dari tahun 2015, 2016, 2017

**Sumber: Data Primer Distributor Seger Waras Pasar Rawa Kalong Bekasi Timur 2017**

Berdasarkan gambar 1.2 pada grafik penjualan diatas dapat dilihat, bahwa harga modal Tolak Angin Cair dari tahun ke tahun mengalami kenaikan harga jual dari pabrik Sido Muncul Ke Distributor Seger Waras pada tahun 2015 Tolak Angin Cair sekitar Rp 24.000 dan pada tahun 2016 harga Tolak Angin Cair Masih Setabil dengan harga dari Sido Muncul Rp 24.000 dan pada 2017 harga Tolak Angin Cair dari Sido Muncul mengalami kenaikan harga jual ke Distributor Seger Waras dengan harga Rp 25.500, selisih kenaikan harga Tolak Angin Cair pada tahun 2016 ke 2017 mencapai 15% . Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan pemasaran yang lebih efektif lagi. Dengan banyaknya pesaing dapat membuat konsumen beralih memilih obat masuk angin yang lain, maka dari itu hal ini dapat menyebabkan jumlah pembeli di Distributor Jamu Seger Waras berkurang dan mengalami penurunan. Ini merupakan fenomena yang harus diteliti terkait dengan data penjualan yang sudah ada.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Tolak Angin Ciar. Untuk itu penulis, melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Cair Sido Muncul Pada Distributor Jamu Seger Waras Pasar Rawa Kalong Bekasi Timur.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka permasalahan yang diangkat angkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Cair Pada Disrtributor Jamu Seger Waras?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Cair Pada Distributor Jamu Seger Waras?
3. Apakah harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Tolak Angin Cair Pada Distributor Jamu Seger Waras?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan ayang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Cair Pada Distributor Jamu Seger Waras.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Cair Pada Distributor Jamu Seger Waras.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan Pembelian produk Tolak Angin Cair Pada Distributor Jamu Seger Waras.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Universitas**

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dijadikan bahan materi kuliah apabila diperlukan.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti harga dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan Pembelian, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. **Bagi Penulis**

Hasil dari penelitian ini dapat dipakai sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi penulis, serta menyelaraskan ilmu yang telah diperoleh selama proses perkuliahan.

4. **Bagi Masyarakat**

Sebagai referensi untuk masyarakat yang dapat dijadikan acuan dalam melakukan Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Cair.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Banyaknya masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini, namun masalah penulisan membatasi masalah yang lebih terperinci dan jelas agar pemecahannya terarah dan berhasil. Tulisan ini hanya dibatasi pada masalah Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Cair PT. Sido Muncul.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara sistematis Pembahasan Penelitian dalam Penulisan skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang dari permasalahan skripsi ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika pembahasan.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini di bahas mengenai teori promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, penelitian terdahulu, *state of art*, kerangka penelitian dan hipotesis.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini menguraikan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual, operasionalisasi variabel, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV : Analisis dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan tentang profil perusahaan dan analisis data serta pembahasan hasil analisis data.

### **BAB V : Penutup**

Dalam bab ini diuraikan kesimpulan dari pembahasan dan implikasi kebijakan dari kesimpulan yang ada.