

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia industri yang terus berkembang adalah makanan ringan atau snack. Hal ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat, di mana orang lebih cenderung memilih makanan yang praktis dan mudah diakses. Keripik singkong pedas adalah salah satu jenis makanan ringan yang sangat disukai banyak orang.

Menurut (Ariyanto, 2023:2) Pemasaran adalah sebuah proses manajemen yang mendorong individu atau kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu dengan membuat, menjual, dan mempertukarkan barang yang bernilai. Manajemen pemasaran bekerja untuk membuat produk, yaitu barang dan jasa, lebih dikenal oleh masyarakat umum.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli adalah Kualitas Produk Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253). dalam (Ariyanto et al., 2022:197) “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan,”. Hal ini dikarenakan semakin baiknya kualitas produk maka semakin meningkatnya keputusan pembelian.

Selanjutnya faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu adalah Harga, karena harga mencerminkan nilai atau keuntungan yang diperoleh konsumen dari suatu produk. Berat pada keripik Dona

ini pun beragam sesuai dengan kemasannya. Yang dimana untuk kemasan premium adalah 175 gram, sedangkan kemasan biasa berkisar dari 250 hingga 1000 gram. Namun berjalannya waktu untuk Beratnya bisa berubah seiring waktu. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan konsumen; mereka cenderung memilih produk yang lebih terjangkau tetapi memiliki kualitas yang sama.

Menurut (Fauzi, R.U.A., & Permata, 2023:3) Elemen penting dalam perilaku konsumen adalah keputusan pembelian, yang secara umum dijelaskan sebagai sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan produk, baik barang atau jasa. Keputusan ini pada dasarnya didasarkan pada keyakinan bahwa produk tersebut akan memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, termasuk kesiapan mereka untuk menanggung risiko yang mungkin timbul. Dalam hal ini, pemasar harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ini adalah proses yang melibatkan penilaian dan pemilihan berbagai pilihan yang sesuai dengan kepentingan individu, dengan tujuan akhir adalah membuat pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. Salah satu contoh usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berasal dari Baturaja, Sumatera Selatan adalah *Dona Home Industry Food and Snack*, yang menjual beberapa jenis makanan ringan dan snack salah satunya Keripik Singkong pedas. Keripik singkong pedas merupakan produk olahan dari singkong yang diproduksi oleh ibu Dona sejak tahun 2014. UMKM Keripik Dona memiliki ukuran

yang beragam sehingga membuat harga yang berbeda. Namun, dalam menghadapi Persaingan yang semakin ketat di pasar makanan ringan, UMKM Keripik Dona Perlu Mengetahui Keputusan Pembelian konsumen Terhadap Keripik Singkongnya.

Industri makanan ringan seperti keripik singkong pedas mengalami persaingan yang semakin ketat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak merek baru muncul dengan berbagai rasa dan kemasan yang menarik. Hal ini memungkinkan pelanggan memiliki banyak pilihan dan menjadi semakin selektif saat memilih barang yang mereka beli. Oleh karena itu, *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang-barangnya. Dua faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah Kualitas Produk dan Harga. Produk dengan rasa, tekstur, dan kemasan yang menarik akan membuat pelanggan tertarik untuk membeli, dan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas juga akan menjadi pertimbangan.

Untuk mengevaluasi kondisi terkait permasalahan kualitas produk, peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari beberapa indikator mengenai kualitas produk kepada 30 responden (konsumen yang melakukan pembelian langsung ke keripik Dona di Baturaja). Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dapat dilihat pada Lampiran 1, ditemukan fenomena terkait kualitas produk. Hal ini dibuktikan oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk, indikator keandalan atau daya tahan (*reliability or durability*) memiliki nilai 76,7%, yang menunjukkan bahwa produk

keripik singkong pedas pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja tidak dapat bertahan lama karena kandungan minyaknya mudah teroksidasi, membuat rasa dan bau yang tidak enak pada saat di makan, selain itu paparan udara dapat membuat keripik menjadi lembek dan basi .

Selain itu untuk mengevaluasi kondisi terkait permasalahan harga, peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari beberapa indikator mengenai harga kepada 30 responden yang melakukan pembelian langsung ke keripik *Dona* di Baturaja. Berdasarkan hasil pra-penelitian yang tercantum dalam Lampiran 1, ditemukan fenomena terkait harga. Hal ini dibuktikan oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa pada variabel harga, indikator harga mempengaruhi daya beli konsumen, tercatat nilai 76,6%, yang menunjukkan bahwa konsumen pernah menunda pembelian keripik ini karena harganya dianggap terlalu tinggi. Alasan ini muncul karena harga yang dirasa tidak sebanding dengan produk yang ditawarkan, sehingga konsumen merasa perlu mempertimbangkan kembali pembelian atau memilih produk lain yang lebih terjangkau. Dari sudut pandang konsumen, hal ini menunjukkan bahwa ada masalah terkait harga yang memengaruhi daya beli konsumen terhadap produk studi kasus pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja. Harga merupakan salah satu faktor peting dalam keputusan konsumen, mereka cenderung memilih produk yang terjangkau tetapi memiliki kualitas yang sama. Contohnya Keripik Singkong Pedas *Dona* dan Keripik Singkong *Twins*, yang memiliki varian rasa dan ukuran yang sama, tetapi dengan harga yang berbeda. Perbandingan harga dari produk ini yaitu Keripik Singkong Pedas *Dona* di hargai sebesar Rp.16.000

sedangkan Keripik Singkong *Twins* di hargai sebesar Rp.13.000. berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa Keripik Singkong Pedas Dona, yang lebih dikenal di kalangan konsumen dan dibuat dengan bahan baku yang premium memiliki harga Rp.16.000 yang sebanding dengan kualitasnya. Disisi lain, Keripik Singkong *Twins* yang dihargai Rp.13.000 dapat menarik konsumen yang lebih hemat biaya. Sehingga, kedua produk ini mewakili segmen pasar yang berbeda.

Dari uraian di atas, penelitian harus dilakukan untuk melihat bagaimana **“kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli keripik singkong pedas (studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja)”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen Dona *Home Industry* meningkatkan strategi pemasaran dan daya saing produk mereka di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona *home industry food and snack* di Baturaja) Baik Secara Parsial Maupun Simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona *home industry food and snack* di Baturaja) Baik Secara Parsial Maupun Simultan

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang luas antara lain:

a. Bagi Peneliti

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah di peroleh selama menempuh perkuliahan, sehingga peneliti dapat menambah pengetahuan ilmiah khususnya dalam bidang pemasaran yakni Bauran Pemasaran

b. Bagi Universitas Baturaja

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan masukan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik singkong pedas serta memberikan gambaran mengenai keberhasilan usaha pada kepuasan konsumen produk keripik singkong pedas, sehingga apabila ada yang menjadi kelemahan dapat diambil kebijakan yang tepat sehingga menjadi suatu kekuatan baru bagi pengusaha.

