

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi generasi Z beberapa teknologi industri khususnya di Negara Indonesia sudah dimulai untuk menyongsong Revolusi Industri 4.0. Salah satunya adalah industri yang bergerak dibidang produksi batu kapur. Batu kapur merupakan salah satu industri yang banyak digunakan oleh beberapa sektor industri, konstruksi, maupun pertanian, antara lain yaitu untuk bahan-bahan bangunan salah satunya adalah batu bangunan yang terbuat dari batu kapur alami. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang penjualan batu kapur.

Industri batu kapur juga salah satu peluang bagi warga sekitar untuk mengurangi pengangguran, karena sebagian besar karyawan yang bekerja dibidang industri batu kapur adalah warga setempat. Dengan adanya industri batu kapur juga merupakan salah satu pemasukan bagi desa yang ditempati untuk produksi batu kapur, karena akan mendapatkan anggaran dana

setiap tahunnya untuk dimanfaatkan buat pembangunan desa.

Saat teknologi pengolahan batu kapur berkembang dan permintaan konsumen akan kualitas batu kapur yang baik dengan harga murah, maka alternatif yang terbaik bagi industri produksi batu kapur adalah mencari strategi produksi yang baik. Strategi produksi yang baik akan menyebabkan kualitas produksi batu kapur yang dihasilkan semakin bagus dan berkualitas dengan persepsi harga yang bersaing.

Kualitas produk (*quality product*) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan, kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas produk harus diperhatikan untuk dapat menarik minat beli konsumen. Karena jika kualitas produk bagus maka dapat mempengaruhi minat beli pelanggan. Begitu juga sebaliknya.

Harga dan *word of mouth* merupakan faktor yang dapat menentukan minat beli. Selain kedua faktor tersebut ternyata masih ada faktor lain yang menjadi pertimbangan untuk menentukan minat beli konsumen, faktor tersebut adalah kualitas produk (*quality product*). Hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan dari Eko Purnomo (2016) bahwa minat beli responden dalam membeli beras lokal di Desa Rambah Utama terbukti

dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (*quality product*). Kesimpulan dari pernyataan tersebut adalah minat beli dipengaruhi oleh *quality product*.

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi termasuk semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

Keputusan pembelian tindakan yang dilakukan konsumen di karenakan adanya dorongan- dorongan yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Pembelian diawali dengan suatu pengenalan konsumen akan suatu kebutuhan dari keinginan terhadap suatu produk yang kemudian dilanjutkan dengan suatu pencarian terhadap informasi yang tersedia atau disediakan oleh perusahaan setelah itu konsumen mendapatkan beberapa pilihan.

Setiadi (2010: 332) menyatakan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.

Gresik terkenal dengan gunung kapurnya sebagai bahan-bahan bangunan, ada beberapa galian batu kapur salah satunya Gunung Kapur yang berada di Sekapuk. Sekapuk merupakan sebuah desa kecil yang

terletak di Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik Jawa Timur. Gunung kapur Sekapuk merupakan bagian dari beberapa perbukitan yang ada di Gresik wilayah utara. Menurut salah satu tokoh yang ada di Desa Sekapuk gunung ini dulunya hanya sebuah bukit kapur biasa, semenjak tahun 1950-an gunung ini mulai digali, di gergaji dan dipahat. Semenjak tahun itulah gunung ini menjadi berbeda dari awal bentuknya.

CV. Salsabilla Group adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi batu kapur yang bertempat di Ds. Bolo, Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik Jawa Timur. CV. Salsabilla Group memproduksi batu kapur di bukit kapur Desa Sekapuk dengan memakai teknologi moderen guna menghasilkan produk batu kapur yang berkualitas. Perkembangan perusahaan produksi batu kapur di CV. Salsabila Group pada saat ini mampu memasarkan barang sampai keluar kota, salah satunya yaitu Kota Gresik, Kota Lamongan, dan Kota Tuban. Perusahaan ini dapat menandingi suatu perusahaan yang sudah berdiri lama.

Pertumbuhan perusahan produksi batu kapur yang sangat pesat dan banyak, menimbulkan persaingan yang ketat. Hal ini mendorong CV. Salsabila Group untuk tetap mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebagai perusahaan produksi batu kapur CV. Salsabilla Group juga memperhatikan keinginan pelanggan atau konsumennya supaya apa yang diperjualbelikan kepada pelanggan tersebut mempunyai rasa puas dengan kualitas produk yang dijual dengan harga yang standart

sesuai visi misi yang di usung oleh perusahaan tersebut serta promosi yang menarik.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batu Kapur Pada CV. Salsabila Group di Ujungpangkah Gresik”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batu kapur pada CV. SALSABILA GROUP di Ujungpangkah Gresik.
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batu kapur pada CV. SALSABILA GROUP di Ujungpangkah Gresik.
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian batu kapur pada CV. SALSABILA GROUP di Ujungpangkah Gresik
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian batu kapur pada CV. SALSABILA GROUP di Ujungpangkah Gresik.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui dengan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batu kapur CV. SALSABILA GROUP.

- b. Untuk mengetahui dengan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batu kapur CV. SALSABILA GROUP.
- c. Untuk mengetahui dengan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian batu kapur CV. SALSABILA GROUP.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian batu kapur CV. SALSABILA GROUP.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Perusahaan
  - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk menentukan strategi ataupun keputusan pembelian yang tepat diantara ketatnya persaingan.
  - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya teori tentang keputusan pembelian.
- b. Bagi penulis  
Dapat memperdalam pengetahuan dan wawasan penulis tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi.