

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia, mengakibatkan persaingan antara perusahaan akan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Di Indonesia sendiri memberikan peluang bagi perkembangan bisnis suatu perusahaan dalam memasarkan produknya karena Negara Indonesia memiliki populasi yang sangat besar dan beragam. Persaingan bisnis yang sangat ketat pada saat ini merupakan sebuah tantangan bagi perusahaan untuk tetap berada dalam persaingan industri. Maka perusahaan harus berusaha untuk memperhatikan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan kualitas produk yang diharapkan dan harga yang terjangkau dari para pesaing. Sehingga perusahaan dapat memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan.

Suatu instansi/perusahaan akan menjalankan kegiatan bisnisnya dengan cara memasarkan barang/jasanya yang mereka miliki. Pemasaran memiliki peran yang penting untuk perusahaan sebab untuk menawarkan produknya kepada calon pelanggan/konsumen. Tanpa adanya kegiatan pemasaran, perusahaan akan kesulitan untuk memberikan nilai produk/jasanya kepada calon pelanggannya/konsumen tersebut, maka perusahaan tersebut tidak dapat memperoleh pendapatan dan laba untuk kegiatan bisnisnya.

Dalam rangka meningkatkan permintaan konsumen, perusahaan dapat menggunakan berbagai faktor yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat pembelian ulang. Salah satunya adalah persepsi harga. Hal tersebut didasari atas temuan (Nova, Taufiqurrahman, and Henni n.d.) yang menunjukkan

bahwa persepsi harga dapat secara signifikan memberikan

pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, semakin baik persepsi harga dari suatu produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Sebaliknya, semakin tidak baik persepsi harga dari suatu produk/jasa, maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen terhadap produk/jasa tersebut.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan dan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap usaha suatu perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga dan kualitas yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya agar dapat memenangkan persaingan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan Permintaan Konsumen dalam memilih jenis produk masker unggulan yang diinginkan oleh konsumen. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diekspresikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Perusahaan perlu meningkatkan beberapa faktor yaitu dari segi kualitas produk dan harga.

Keterkaitan antara produk yang satu dengan yang lain menyebabkan perubahan harga suatu barang akan membuat perubahan harga barang yang lain. Perusahaan berupaya menurunkan harga dan menuju ke harga yang semula. Selain itu kualitas produk dan layanan sangatlah penting, dengan memberikan kualitas produk yang bermutu dan unggul akan menjadi daya tarik konsumen untuk membelinya lagi atau mengorder dengan jumlah yang besar.

Kualitas produk sendiri merupakan suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk barang maupun jasa, berdasarkan mutu

yang telah disesuaikan dengan durabilitas, reabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi ekspektasi konsumen (accurate.id). Menurut Dahliani dan Ahwal (2021) dalam (Santoso 2022) menyatakan kualitas adalah karakteristik produk ataupun jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk menghasilkan hasil yang sesuai dengan fungsinya, itu termasuk daya tahan beberapa produk, keandalan, presisi, kemudahan operasi.

Penelitian ini merupakan fenomena dari banyaknya perusahaan yang hadir dikalangan masyarakat dan membuat pelanggan sulit menentukan produk perusahaan mana yang dipilih untuk mereka jadikan tujuan. Di daerah sidoarjo tepatnya di PT. Berkah Abadi Kusumajaya yang telah lama berdiri dan menjadi tempat untuk memproduksi produk masker dan untuk tujuan pelanggan membeli barang. Tiap perusahaan produk masker memiliki strategi masing masing yang membuat para konsumen berminat untuk membelinya.

Perkembangan PT. Berkah Abadi KusumaJaya saat ini, adalah salah satu yang dapat bersaing dengan perusahaan lainya sehingga dalam penelitian ini dapat memenuhi permintaan konsumen yang diharapkan agar prduk masker Merk Top Mask mampu memenuhi permintaan konsumen. Salah satunya dalam mengetahui permintaan konsumen dapat dilihat dari Harga dan Kualitas pada produk masker merk Top Mask.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan permintaan konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan permintaan konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya?

3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Permintaan Konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan Permintaan Konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan Permintaan konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Keputusan Permintaan Konsumen pada produk masker Merk Top Mask pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan:
Diharapkan agar hasil penelitian ini memiliki kontribusi positif bagi pengembangan wacana bisnis terkait analisis pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan Permintaan Konsumen pada produk masker merk TOP MASK pada PT. Berkah Abadi Kusumajaya, sebagai masukan Perusahaan guna mengimplementasikan strategi pemasaran.
2. Bagi peneliti sendiri:
Sebagai penambah wawasan dan pengetahuan tentang berbagai permasalahan dalam Bidang perusahaan, serta dapat belajar mengatasi permasalahan sebagai bekal

untuk menghadapi masalah di lapangan atau di luar setelah lulus nanti.

3. Bagi Universitas Adi Buana Surabaya:

Sebagai salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan Universitas terhadap dunia Kerja dalam kendala serta masalah yang sedang terjadi saat ini agar mencetak calon Sarjana yang sesuai dengan bidangnya.

4. Bagi objek penelitian:

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan PT. Berkah Abadi KusumaJaya industri Khususnya untuk produk masker merk TOP MASK, karena dapat membantu untuk Melakukan strategi yang lebih baik agar dapat menarik pelanggan serta mem-Pertahankan loyalitas konsumen terhadap produknya di masa yang akan datang.

Halaman kosong