

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam hal ini persaingan seperti sekarang yang di alami oleh setiap perusahaan senantiasa perlu memperhatikan faktor-faktor seperti harga produk, kualitas produk, dan garansi yang sangat menentukan sekali untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan juga harus lebih jeli melihat segmentasi pasar pada produk. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang di luncurkan.

Harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Molan (2011:142) menyatakan bahwa suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu harga harus ditetapkan. Menurut Kotler dan Amstrong (2013:151), harga adalah Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat - manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Semakin menarik harga yang ditawarkan dalam pembelian produk maka akan semakin dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk (Dwi, 2012).

Selain harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Produk adalah seperangkat atribut berwujud dan tidak berwujud, termasuk pengemasan, warna, harga, prestise produsen, dan manufaktur pengecer yang mungkin diterima pembeli sebagai penawaran (Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2013:139)) .Sehingga pemenuhan kebutuhan dan keinginan ini erat kaitannya dengan kualitas produk. Menurut Assauri ( 2015 : 211 ) Kualitas Produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Erlina (2017) mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya kualitas produk.

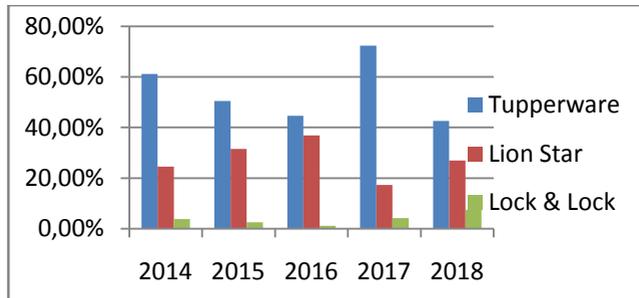
Dalam Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Pasal 7 huruf e tentang perlindungan konsumen, disebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan. Menurut Fandy Tjiptono (2010:163) garansi merupakan dirancang untuk meringankan kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas dengan suatu produk atau jasa yang telah dibayarnya. Baik konsumen maupun produsen mendapatkan manfaat dari garansi. Garansi menunjukkan nilai yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setiadi (2010:332) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantara.

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Produk Tupperware yang di keluarkan oleh perusahaan internasional memberikan jaminan kualitas produk yang baik. Tupperware Corporation yang berpusat di Orlando Amerika Serikat adalah perusahaan multinasional yang melahirkan berbagai produk inovatif, berdesain unik dengan warna warni yang khas, trendy dan menarik. Bahan yang digunakan sangat berkualitas, aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan.

Berdasarkan Top Brand Award Indonesia, Tupperware meraih prestasi yaitu Top Brand Award. Top Brand Award ini merupakan sebuah penghargaan yang diberikan kepada merk-merk yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Kemudian untuk kedua kalinya Tupperware Indonesia unggul di kategori *Plastic Container* yang kemudian disusul oleh Lion Star, dan Lock and Lock. Pada penjualan Tupperware pada tahun 2014-2018 mengalami fluktuasi.



Gambar Grafik 1.1

Grafik Top Brand Award Plastic Container  
dari Tahun 2014-2018

Sumber :[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), Data Olahan, 2018

Bagi ibu-ibu rumah tangga, mendengar Tupperware pastilah terbayang perlengkapan dapur serba “modis”. Memasak atau berlama-lama di dapur menjadi hal yang menyenangkan. Jika selama ini perlengkapan dapur hanya memiliki rona dan bentuk standar, maka tidak dengan Tupperware. Tupperware merupakan produk terobosan baru dalam global kuliner. Percaya atau tidak, nafsu makan dapat juga dipengaruhi dari wadah yang digunakan untuk menaruh makanan itu sendiri. Jika wadah makanan higienis dan menarik, secara ajaib hal itu dapat meningkatkan nafsu makan. Sebaliknya, jika wadah makanan tidak bersih dan bentuk yang membosankan nafsu makan Anda menggebu akan hilang seketika.

Kampanye peduli lingkungan belakangan ini menjadi trend dalam strategi pemasaran. Salah satu perusahaan yang tak mau ketinggalan menerapkan *green campaign* yakni produsen alat-alat plastik PT Tupperware Indonesia. Tupperware yang masuk ke pasaran Indonesia sejak 1991 ini sangat sadar, saat ini orang Indonesia semakin peduli

lingkungan. Setiap tahun, Indonesia menghasilkan hampir 200 ribu ton sampah per hari (data Kementerian Lingkungan Hidup).

Untuk menjaga kualitasnya, produk Tupperware tidak di jual di pasar umum ,tetapi melakukan penjualan dengan sistem direct selling. Direct selling ini menggunakan sistem penjualan menggunakan soft file yang umumnya melalui media sosial seperti facebook, BBM, Intagram, personal website dan melalui hard file yaitu katalog. sebagai produk yang berkualitas, aman dengan kemasan eksklusif telah cukup kuat menempel di mata masyarakat Indonesia. Jika di tanya wadah makanan dari plastik yang berkualitas prima , Tupperware-lah yang terlintas di benak mereka. Artinya brand *awareness* yang terbentuk mengenai produk sudah kuat dan melakat.

Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting. Produsen menetapkan sebuah harga pada produknya tidak sewenang-wenangnya. Ada banyak hal yang perlu untuk di pertimbangkan sebelum harga tersebut disebarluaskan ke pasaran dan diketahui oleh konsumen. Penentuan harga yang terlalu mahal atau murah akan menimbulkan dampak-dampak yang bisa merugikan kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Kotler menyatakan Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan.

Harga yang di tawarkan Tupperware relative tinggi dimana dari harga plastik biasa adalah 1:2 tetapi dengan menawarkan harga yang relative mahal ia berhasil menguasai pemasaran produk plastik yang sangat dikenal oleh pelanggan, dikarenakan ia mematokkan harga yang sesuai dengan kualitas dan orang tidak akan mengeluh akan kualitas produk karena benar-benar berkualitas dibandingkan produk plastik lainnya dan penawaran akan garansi seumur hidup yang ditawarkan dari Tupperware.

Satu hal yang unik dan menjadi strategi pemasaran unggulan Tupperware dalam green campaign yaitu pemberian garansi seumur hidup bagi semua produk Tupperware. Jadi Tupperware menjamin produknya tidak bisa dibuang di tempat sampah karena bisa diganti. Pemilik Tupperware hanya perlu membawa barang yang lama ataupun yang memiliki kerusakan wajar ke distributor-distributor terdekat.

Pada saat ini banyak ibu rumah tangga yang membutuhkan produk yang menunjang aktivitas utamanya untuk kebutuhan sehari-hari seperti tempat makan dan tempat minum. Berdasarkan adanya kebutuhan tersebut maka muncul suatu produk yang diharapkan, produk tersebut adalah Tupperware. Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Kutisari Selatan prosentasenya banyak yang minat terhadap pembelian produk Tupperware, alasan mereka menggunakan produk Tupperware karena produk Tupperware mempunyai kelebihan dibandingkan dengan produk yang lain diantaranya kualitas produknya yang sudah dikenal baik di masyarakat Kutisari Selatan Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan survey pendahuluan didapatkan bahwa konsumen membeli produk Tupperware berdasarkan kriteria seperti dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Survey Pendahuluan**

Kriteria	Responden	Prosentase
Harga	7	15%
Kualitas Produk	15	50%
Garansi	8	35%
Jumlah	30	100%

Sumber: wawancara peneliti dengan beberapa responden 2019

Berdasarkan dari hasil survey pendahuluan terhadap 30 Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Kutisari Selatan II terhadap pembelian produk Tupperware, didapatkan hasil bahwa 50 % alasan mereka menggunakan produk Tupperware karena produk Tupperware mempunyai kelebihan dibandingkan dengan produk yang lain diantaranya kualitas produk, beberapa informasi mengatakan bahwa 15 % konsumen yang menginginkan produk tersebut melihat dari harga yang sudah diketahui di masyarakat Kelurahan Kutisari Selatan II. Tupperware mempunyai merek yang berkualitas dan membuat konsumen semakin yakin terhadap produknya. Kemudian, 35 % dilihat dari garansi yang dilakukan oleh produk Tupperware yaitu pemberian garansi seumur hidup. Produk Tupperware melakukan promosi dengan langsung datang ke acara kumpulan ibu-ibu PKK, darmawanita, pegawai dan ibu rumah tangga ataupun mengadakan bazar seperti demo Tupperware, event-event ataupun memberikan *dorprize* yang membuat konsumen semakin penasaran sehingga tertarik untuk memilikinya dan melakukan keputusan pembelian.

Karena memiliki kualitas yang baik, Tupperware berani memberikan garansi ke semua produknya seumur hidup (*Lifetime Gurantee*) terhadap kualitas & kerusakan yang terjadi. Konsumen dapat langsung mengembalikan barang yang rusak tersebut ke Tupperware apabila mengalami retak, mengelupas atau sumbing karena penggunaan normal. Menurut di Tupperware PT. Sarana Inti Cemerlang Jl. Joyoboyo No. 246 Surabaya mengatakan bahwa ada produk yang tidak termasuk dalam garansi seumur hidup diantaranya adalah produk rusak karena gigitan tikus, produk meleleh karena terkena api atau benda yang sangat panas yang kuat untuk jangka waktu lama sehingga memuai/melengkung, produk pecah karena terkena pukulan benda keras, produk terkena noda makanan tertentu meninggalkan bekas atau noda pada produk namun tidak mempengaruhi fungsinya, produk tersayat pisau atau benda lainnya tapi tidak mempengaruhi fungsinya.

Di lihat latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi kasus di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya?

2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya?
3. Apakah garansi mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya?
4. Apakah harga, kualitas produk dan garansi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya.
3. Mengetahui pengaruh garansi terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya.
4. Mengetahui pengaruh secara simultan antara harga, kualitas produk dan garansi pada keputusan pembelian produk Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

- a. Secara Teorities hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif dan inovatif yang diterapkan dalam keputusan pembelian *customer* pada produk Tupperware.
- b. Secara praktis
  1. Bagi seluruh agen Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu agen Tupperware di Kelurahan Kutisari Selatan II, Tenggilis Mejoyo Surabaya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk yang termasuk harga, kualitas produk dan garansi terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk Tupperware.
  2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Agar dapat di gunakan sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang nantinya dapat di gunakan sebagai bahan untuk study banding bagi mahasiswa dalam mengambil penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sama.
  3. Bagi Peneliti hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu manajemen pemasaran serta memperoleh pengalaman dalam meneliti pengaruh harga, kualitas produk dan garansi terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk Tupperware.