

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang di Indonesia telah di jumpai industri-industri rumahan atau yang di sebut sebagai home industri khususnya daerah Jawa Timur. Sering kali terdapat kendala dalam industri rumahan, salah satunya kendala dalam produksi, baik berupa kualitas produk maupun harga. selain itu masalah-masalah yang muncul dalam sektor home industri adalah mengenai promosi, karena mempromosikan sering kali mengalami kesulitan di dalam hal penjualan produk morang moreng snack.

Morang moreng snack yang awalnya mempunyai ide sebagai jajanan pedas yang lebih safe dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya sehingga cocok dikonsumsi oleh berbagai kalangan remaja pada umur 12-21 tahun terutama yang menyukai snack pedas atau cemilan pedas. Menurut Natalia dan Mulyana (2014) bahwa keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Fenomena keputusan pembelian, dapat timbul karena adanya proses penjualan terhadap kualitas produk, harga dan promosi yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, keputusan pembelian dapat mengetahui seberapa konsumen mempercayai dalam kualitas produk tersebut. jika kualitas produk, harga dan promosi lebih cenderung rendah dari keinginan konsumen akan berpengaruh untuk keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2005:49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan Hasil Penelitian Riyono dan Budiharja (2016) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, masalah kualitas produk terhadap keputusan pembelian morang moreng snack dalam kualitas produk memiliki 8 varian macam produk namun diantara beberapa produk mempunyai kelemahan yaitu salah satunya terdapat ketahanan produk dan tekstur kripik tersebut. Sebagian aman-aman saja namun dari kualitas cabe akan di eliminasi atau dihapus dari 8 produk ada 3level, karena varian terlalu banyak sehingga itu alasannya , namun dari segi produk dari morang moreng snack ini dapat dipecahkan pelanggan dan menarik banyak reseller masuk di berbagai kota di indonesia.

Terkait oleh masalah kualitas produk maka masalah harga memiliki peran atas keputusan pembelian produk morang moreng snack. Menurut Kotler dan Keller (2009:67) harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Perusahaan biasanya mengembangkan struktur penetapan harga yang merefleksikan variasi dalam permintaan dan biaya secara geografis, kebutuhan segmen pasar, waktu pembelian, tingkat pemesanan, frekuensi pengiriman, garansi, kontrak layanan, dan faktor lainnya. Selanjutnya hasil penelitian menurut Samosir dan Prayoga K (2015) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sebagai alternatif sementara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian morang moreng snack ini dapat cukup terjangkau bagi konsumen, namun dari reseller akan selalu memperhatikan atau mengutarakan masalah harga terutama yang terkait dengan pemberian promosi. Menurut Tjiptono (2008:219) Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Hasil penelitian Gerung dkk (2017) menunjukkan bahwa promosi secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu Fenomena masalah promosi terhadap keputusan pembelian, morang moreng snack ini dalam melakukan promosi menggunakan iklan, langsung (buka toko) dan secara online tujuannya agar reseller masuk dari berbagai kota di Indonesia. Dalam usaha bisnis memang banyak kendala yakni di pesaingan .

Berdasarkan uraian diatas yang terkait dengan keputusan pembelian maka peneliti memilih objek penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOME INDUSTRI MORANG MORENG SNACK DI SIDOARJO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah Harga berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah Promosi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah Kualitas produk, Harga, Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis mempunyai tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menguji kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui dan menguji harga berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui dan menguji pomosi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui dan menguji kualitas produk, harga, pomosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak antara lain :

A. Secara teoritis

1. Bagi peneliti Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan tentang teori manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan promosi dan keputusan pembelian.

B. Secara praktis

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharap dapat membantu pihak Morang Moreng snack untuk melakukan perbaikan dalam segi kualitas produk , harga dan promosi untuk pengambilan keputusan pembelian.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Penelitian ini dapat digunakan sebagai refrensi atau bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi pembaca
Hasil penelitan ini dapat digunakan sebaga refrensi untuk penelitian yang lain,serta menambah wawasan dan memberikan gambaran dalam penerapan ilmu pemasaran terhadap fenomena yang ada.
4. Bagi konsumen
Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan informasi tambahan kepada konsumen mencakup kualitas produk, harga dan promosi untuk lebih

lanjut. hal ini positif dari konsumen untuk usaha Home Industri Morang Moreng Snack Di Sidoarjo sesuai kualitas yang harus di dapatkan oleh konsumennya.