

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kini dapat terlihat bisnis banyak mengalami perkembangan pesat dan banyaknya pesaing yang ketat, juga di tambah lagi dunia yang sedang mengalami Krisis Ekonomi yang mengakibatkan turunnya produksi konsumen. Untuk itu setiap pelaku usaha di tuntut untuk terus mengembangkan inovasi dan diharuskan memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, bukan hanya di bidang industri makanan saja yang harus di tuntut untuk mempunyai kepekaan terhadap setiap perubahan, namun industri pembuat bahan-bahan makanan juga harus peka terhadap setiap perubahan, dan dapat mengembangkan inovasi.

Sumber keunggulan adalah pengembangan pemahaman tentang pemilihan pasar di dalam pelanggan atau *costumer* terhadap perusahaan yang juga akan menunjukkan cara terbaik untuk berkompetisi dengan para pesaing dalam pasar. Irma Fest (2016:20). Oleh karenanya diperlukannya riset untuk mengetahui faktor apa saja yang akan memiliki dampak pada keputusan pembelian.

Tidak hanya berdiskusi mengenai produk dipasaran hingga aspek yang perlu dicermati merupakan mutu pelayanan. mutu pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut bisa berbentuk sesuatu aksi yang tidak berwujud serta tidak berdampak pada kepemilikan benda apapun serta kepada siapapun . Produk dengan mutu baik serta tampilan yang lebih baik tidak

menjamin produk tersebut diminati pasar bila mutu pelayanannya tidak baik. Oleh sebab itu, berarti industri di buat untuk mencermati mutu pelayanan dalam menjual produknya.

Produk dengan kualitas baik dan tampilan yang lebih baik tidak menjamin produk tersebut diminati pasar jika kualitas pelayanannya tidak baik. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan dalam menjual produknya.

Keputusan pembelian konsumen yang besar bisa menimbulkan tingginya volume penjualan sehingga industri memperoleh keuntungan yang besar. Supaya industri sanggup menggapai keuntungan yang besar, hingga industri diwajibkan buat memperhitungkan keputusan pembelian konsumen terhadap benda tersebut. Apabila industri bisa pengaruhi konsumen buat melaksanakan pembelian dan bisa menganalisis konsumen buat mempersiapkan mutu pelayanan produk, harga, pengaruh promosi / iklan serta yang yang lain hingga dalam persaingan ini industri bisa jadi lebih unggul serta bisa menguntungkan industri itu sendiri.

Tidak hanya dengan produk serta mutu pelayanan yang memuaskan, konsumen juga melihat harga untuk pertimbangan dalam keputusan pembeliannya. Harga ialah salah satu variabel pemasaran yang perlu dicermati sebab harga akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan serta keuntungan yang di capai oleh industri. Perencanaan produk, penyaluran barang ataupun pemakaian media promosi yang baik tidak langsung membuat konsumen mau membeli barang tersebut bila harga produk tinggi dipasaran.

Dalam memastikan harga produk pewarna makanan PT Karya Anugerah Jaya berupaya menetapkan harga jual yang sesuai serta

dapat dijangkau oleh konsumen, dengan harapan konsumen bisa memikirkan produk tersebut untuk di beli serta dapat membeli kembali produk tersebut. Tetapi dengan adanya anggaran produksi, bahan baku, anggaran promosi dan pertimbangan keuntungan yang ingin diperoleh. Industri tidak bisa menetapkan harga yang sangat rendah. Harga disini juga disesuaikan dengan mutu pelayanan, mutu produk serta harga produk pesaing yang terdapat di pasaran.

Tidak hanya itu juga butuh diadakannya promosi supaya bisa menarik daya beli konsumen. Promosi merupakan suatu strategi pemasaran yang dapat dijadikan acuan konsumen dalam memilih sesuatu yang diinginkannya. Promosi dan keputusan pembelian merupakan keterkaitan untuk memperkenalkan, menginformasikan manfaat produk serta mempersilahkan produk agar dicoba terlebih dahulu sebelum konsumen membelinya. Bila konsumen mulai tertarik untuk memakai produk yang di promosikan tersebut hingga akan menimbulkan permintaan barang, begitu pula sebaliknya, konsumen tidak akan membeli produk tersebut bila produk belum pernah di dengar serta belum yakin terhadap produk yang di promosikan akan menimbulkan sedikitnya permintaan barang tersebut.

Aspek lain yang pengaruhi keputusan pembelian merupakan promosi. Menurut (Harman Malau 2017: 103) promosi penjualan merupakan wujud persuasi langsung melalui pemakaian segala insentif yang bisa diatur guna memicu pembelian produk secara cepat ataupun memperbanyak jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi ialah salah satu faktor penentu keberhasilan sesuatu rencana atau *planing* pemasaran. Tidak hanya itu ketika memutuskan untuk membeli pewarna makanan konsumen PT Karya Anugerah Jaya merasa kesulitan karena

terdapatnya persaingan yang ketat. Tetapi konsumen juga melihat mutu pelayanan, harga serta promosi yang cocok dengan keinginan konsumen agar konsumen dapat tetap membeli pewarna makanan dari PT Karya Anugerah Jaya. Bagi Sudaryono (2016: 104) proses dalam pengambilan keputusan diawali dengan memiliki begitu banyak kebutuhan yang berusaha dipenuhi dalam kaitannya dengan banyak alternatif sehingga evaluasi harus dilakukan dengan tujuan agar mendapatkan alternatif paling baik daripada persepsi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini dapat di tarik judul **“Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pewarna makanan konsumen PT Karya Anugerah Jaya di Sidoarjo”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang ada, bisa diidentifikasi beberapa rumusan masalah yakni:

1. Adakah pengaruh signifikansi mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya?
2. Adakah pengaruh signifikansi mengenai persepsi harga terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya?
3. Adakah pengaruh signifikansi mengenai promosi terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya?
4. Adakah pengaruh signifikansi mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian dibuat karena munculnya perbedaan tujuan khusus yang ingin dicapai. Berikut beberapa hal yang menjadikan tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya.
2. Mengetahui signifikansi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya.
3. Mengetahui signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya.
4. Mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pewarna makanan di PT Karya Anugerah Jaya

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Aspek Akademis
  - a. Dalam penelitian ini diharapkan mampu memperoleh tambahan pengetahuan bagi para pembacanya.
  - b. Digunakan untuk referensi atau bahan di penelitian selanjutnya dengan tema/judul yang sama.
2. Aspek Pengembangan Ilmu Pegetahuan

Bagi penuntut ilmu pengetahuan dapat dipergunakan untuk menambah wawasan atau pengetahuan pada suatu penelitian baru yang dapat mendukung dalam pengembangan usaha.

### 3. Aspek Praktis

Bagi pihak yang ingin mengembangkan usaha dapat mempergunakan penelitian ini sebagai acuan guna memberikan informasi cepat, relevan serta tepat waktu sehingga dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.