

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis sangat ketat di dunia global kini. Saat ini perusahaan berbondong-bondong menghasilkan produk-produk baru yang sesuai kebutuhan masyarakat yang diinginkan. Dalam dunia persaingan bisnis Saat ini, perusahaan harus mampu bertindak cepat dan efektif ketika menghadapi persaingan di pasar yang sangat kompetitif dan tidak dapat diprediksi. (Pujadi, 2010).

Ketatnya persaingan bisnis sehingga menghatuskan para pengusaha mengatur strategi yang bagus dan tepat untuk menentukan barang apa yang akan di produksi yang sesuai kebutuhan konsumen, sehingga konsumen menarik untuk membelinya. Dalam mrencanakan produk yang akan di hasilkan atau di produksi harus menetapkan tingkatan harga yang sepadan dengan tingkat kemampuan para konsumen untuk membelinya.

Minat beli para konsumen didapatkan dari suatu pengamatan dan proses penelitian, belajar adalah proses pembentukan ingatan yang membentuk konsep atau konsep niat membeli merupakan tindakan impulsif dan akan menimbulkan keinginan yang menyebabkan seseorang pelaku konsumen atau pembeli mengaktualisasi kebutuhan yang akan dibeli (Rahma,2017).

Faktor yang sangat berperan penting mempengaruhi seorang konsumen untuk mengambil keputusan minat beli konsumen yaitu harga. Faktor sangat mempengaruhi menentukan minat para calon pembeli atau konsumen dalam mempertimbangkan keputusan membeli sebuah barang atau produk. Menurut Lupiyoadi (2001), menyatakan bahwa strategi harga secara signifikan mempengaruhi pentingnya memberikan Kepentingan dan citra produk bagi

pengguna atau pengguna, dan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan konsumen produk terkait kualitas akan menarik pelanggan atau pembeli untuk membeli produk tersebut. Para calon pembeli atau konsumen dalam menentukan pilihan barang yang akan dibeli tidak harus selalu terpaku berdasarkan harga yang sangat rendah.

Peusahaan yang berorientasi memproduksi susu bayi dan anak sangat lah banyak, termasuk dari PT. Kalbe Nutritionals. Harga yang ditawarkan oleh *competitor* susu bayi dan anak Morinaga dari PT. Kalbe Nutritionals sangat lah bervariasi tergantung tingkatan umur anak, jenis susu dan berat atau ukuran susu. Penentuan harga yang dilakukan PT. Kalbe Nutritionals mempertingkan cara sistem produksi yang menggunakan alat yang sudah canggih, kandungan nilai gizi yang lebih bagus di setiap kemasan susu tersebut dan kualitas yang bagus diatas rata-rata produk susu lainnya.

Para konsumen pada intinya jika ingin membeli produk atau mengkonsumsi produk tersebut bisa memenuhi rasa kepuasan dan memenuhi kebutuhannya secara fisik dan memberikan manfaat kualitas produk dari produk yang sudah di beli. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen setelah membeli produk tersebut dan pemakaian produk tersebut. Produk menunjukkan bahwa pelanggan akan menyukainya x

Produk yang menawarkan kualitas, kreativitas, atau inovasi luar biasa (Kotler,2007).

Competitor susu bayi dan anak Morinaga berusaha memenuhi Pelanggan menginginkan produk yang dikirimkan sesuai dengan kebutuhan mereka. PT Kalbe Nutritionals menyajikan harga dan jenis produk susu bayi dan anak Morinaga (sampel produk susu bayi Morinaga untuk bayi 0-6 bulan) :

Tabel 1.1
Daftar harga susu bayi Morinaga 0-6 bulan

Jenis susu	Ukuran susu	Harga susu
Morinaga Bmt Reguler	Reguler 400 gram	Rp. 85.000
Morinaga Bmt Platinium	Moricare 800 gram	Rp. 280.000
Morinaga Bmt Reguler	Reguler 800 gram	Rp. 170.000
Morinaga Bmt platinium	Formula 400 gram	Rp. 150.000
Morinaga Bmt	Formula 200 gram	Rp. 50.000

Morinaga Bmt reguler	Formula 800 gram	Rp. 172.000
----------------------	------------------	-------------

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Dengan berbagai macam produk dan kualitas susu bayi menjadikan susu bayi Morinaga mempunyai kualitas keunggulan produk yang sangat bagus dengan sesuai kualitas dan harga yang terjangkau untuk pembeli.

Produk-produk yang mempunyai kualitas bagus dibuat dengan proses yang baik akan menghasilkan sebyah kualitas yang istimewa sehingga mampu memberikan kepuasan pada konsumen saat memakai produk tersebut. Setiap para konsumen atau pembeli pada hakekatnya memaksimalkan *utilitas untuk* mengkonsumsi dan menggunakan produk, Produk berkualitas dengan harga terjangkau bagi konsumen pasti akan dipilih oleh konsumen. Hal ini akan mendongkrak penjualan produk-produk tersebut sehingga meningkatkan penjualan yang akan mempengaruhi peningkatan pendapatan atau *income* perusahaan itu sendiri.

Pangsa pasar yang baik harus melihat faktor lokasi penjualan atas produk-produk yang akan dijual. Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk ramah pelanggan yang terletak di dekat pusat kemacetan atau perbelanjaan menjadi kunci utama agar produk tersebut laku terjual oleh calon pembeli. Lokasi sangat mempengaruhi daya beli masyarakat, lokasi yang strategis dapat menarik bagi calon pembeli atau konsumen yang akan membuat keinginan untuk membeli lebih tinggi (Lupiyoadi,2010).

Penentuan penjualan yang tepat disertai dengan penyajian produk-produk (*display*) menjadi faktor pendukung untuk menarik konsumen membeli. Salah satu strategi yang mampu menarik minat calon pembeli salah satunya adalah penataan *display* barang. Promosi adalah produk atau sistem produk yang menarik pelanggan untuk membeli Display sangat penting, karena display sangat mempengaruhi tingkat minat beli konsumen.

Agar konsumen terasa nyaman dalam belanja, diperlukan adanya *display* barang yang menciptakan daya tarik melalui desain dan model produk yang ada di toko sehingga menimbulkan minat beli konsumen.

Interior *display* dijadikan pajangan produk dalam proses bisnis, dan tampilan eksternal sebagai model tampilan produk secara tidak langsung berpengaruh langsung oleh keberhasilan penjualan sebuah perusahaan. Produk susu Morinaga PT Kalbe Nutritionals dalam penjualannya termasuk penjualan di toko ataupun swalayan sering menggunakan trik *display* untuk menarik pelanggan ataupun kostumer. Display di tata semenarik mungkin bahkan bisa dibentuk menjadi robot-robotan ataupun karakter film kartun.

Kepuasan pembelian menjadi tolak ukur suksesnya sebuah produk yang digunakan para konsumen mencapai titik kepuasan untuk memenuhi kebutuhannya. Kepuasan pembelian adalah sejauh mana manfaat yang di rasakan konsumen atas penggunaan sebuah produk sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan pembeli akan terwujud jika harga suatu barang atau produk sesuai dengan kualitas sehingga segala kebutuhannya serta merasa baik dan puas (Hartono,2010).

Berdasarkan informasi di atas, penulis ingin menyelidiki yang lebih komparatif tentang kepuasan berbelanja. Oleh karena itu, peneliti memberikan judul penelitian “**Analisis Pengaruh Harga, Produk, Lokasi Penjualan, dan Display Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Susu Bayi dan Anak Morinaga Pada PT. Kalbe Nutritionals Surabaya.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan teori tersebut, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pembelian? produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals?
2. Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals ?
3. Bagaimana pengaruh lokasi penjualan terhadap kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals ?

4. Bagaimana pengaruh display produk terhadap kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals ?
5. Bagaimana pengaruh harga, produk, lokasi penjualan, dan display produk terhadap kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini agar:

1. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals.
2. Untuk mengetahui bagaimana produk mempengaruhi kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals.
3. Ketahui bagaimana titik penjualan memengaruhi kepuasan pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan pembelian ditampilkan produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals.
5. Menentukan bagaimana harga, produk, lokasi, dan tampilan produk memengaruhi pembelian produk susu bayi dan anak Morinaga pada PT. Kalbe Nutritionals.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang dapat peneliti peroleh dari penelitian ini:

1. Bagi penulis

Untuk meningkatkan pengetahuan penulis tentang teori pemasaran secara langsung dalam praktik dan memberikan pengalaman serta ilmu yang berharga bagi penulis terkait dengan masalah yang menjadi fokus penelitian khususnya yang berhubungan dengan harga, produk, lokasi penjualan dan display produk terhadap kepuasan pembelian produk.

2. Bagi instansi

Untuk memberikan referensi dan informasi sebagai bahan pertimbangan, sumbangan pemikiran dan masukan harga, produk, lokasi penjualan dan display produk terhadap kepuasan pembelian produk yang ada saat ini di PT. Kalbe Nutritionals.

3. Bagi pihak akademisi

Hasil penelitian ini ditunggu dorongan untuk lebih banyak belajar dan mendapatkan pengalaman secara intensif (menambah ilmu) khususnya sebagai bahan ajar dan pengetahuan praktis manajemen, yakni manajemen Iklan terkait harga, komoditas, lokasi penjualan dan display produk terhadap kepuasan pembelian produk.