

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era globalisasi saat ini membuat perilaku masyarakat yang cenderung instan dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Harga, kualitas produk, dan citra merek merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan menjadikan isu yang sangat penting karena sejumlah penelitian menunjukkan kesimpulan atau hasil yang beragam. Hal ini telah di buktikan dengan sejumlah riset yang pernah di lakukan (Romal, 2016; Biyung 2016; Swari, 2015) yang menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan keputusan pembelian menarik untuk diteliti. Hal ini senada dengan penelitian (Anwar,2015; Petricia, 2015; Mongi 2013; Habibah, 2016;Helena 2015; Tamunu, 2014;Hakim 2014; Mahmudah, 2013). Perusahaan dalam menerapkan dengan baik harga kualitas produk dan citra mereknya maka akan semakin mudah dalam mencapai tujuan.

Penelitian yang dilakukan oleh Romal (2016) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, variabel harga dan variabel citra merek. Pada penelitian lain yang dilakukan Buyung 2016 memperoleh hasil yang berupa terdapat pengaruh secara bersama-sama(simultan) antara citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Mongi (2013) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah

variabel kualitas produk, variabel strategi promosi dan variabel harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan riset Habibah (2016) yang hasil penelitiannya menunjukkan variabel kualitas produk dan variabel harga(independen) yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan pembelian(dependen) adalah variabel kualitas produk. Hasil penelitian lain yang didapatkan oleh Swara (2016) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel citra merek dan variabel kualitas produk yang dimana variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel harga dan variabel kualitas produk, sedangkan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk

Keputusan pembelian merupakan suatu indikator yang sangat penting bagi perusahaan dalam penjualan produk, apakah produk tersebut memiliki kesan yang positif atau tidak dimata konsumen sebelum melakukan pembelian. Penelitian yang berkaitan dengan permasalahan keputusan pembelian seperti tidak ada habisnya dan akan selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman. Penelitian yang dilakukan oleh Petricia(2016) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, variabel harga, variabel promosi dan variabel kualitas pelayanan yang dimana variabel independen tersebut secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Riset lain yang

menunjukkan hasil dilakukan oleh Helena(2015) yang hasilnya menegaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, variabel harga dan variabel efektifitas promosi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tamunu(2014) memperoleh hasil semua variabel independen(harga dan kualitas produk)berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang bisa dilihat dari hasil riset. Penelitian selanjutnya hasil dari Hakim(2014) yang memperoleh hasil terdapat pengaruh secara bersama sama(simultan) antara citra merek dan kualitas produk terhadap kepercayaan serta keputusan pembelian produk. Dalam riset terakhir yang dilakukan Mahmudah(2013) yang hasilnya diketahui kualitas produk, citra merek dan harga memberikan pengaruh yang kuat secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa faktor harga kualitas produk dan citra merek akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mengambil judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KAPAL API”**

B. RUMUSAN MASALAH

Dunia pemasaran tidak pernah luput dari yang namanya persaingan, salah satu syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap

perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (Anwar 2015; Petricia, 2015; Mongi 2013)

Harga kualitas produk dan citra merek merupakan variabel untuk mengukur keberhasilan dalam perusahaan. Ketepatan keputusan perusahaan dalam menentukan harga kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap konsumen dalam pembelian produk akan cenderung meningkat (Swari, 2015; Habibah, 2016; Helena 2015; Romal, 2016; Tamunu, 2014; Biyung 2016; Hakim, 2014; Mahmudah, 2013).

Untuk memperjelas permasalahan yang akan diteliti maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Di antara variabel harga, kualitas produk dan citra merek manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Kopi Kapal Api.

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Menganalisis tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Kapal Api
2. Menganalisis tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Kapal Api.

3. Menganalisis tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Kapal Api.
4. Di antara variabel harga, kualitas produk dan citra merek manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkuat teori tentang pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Kopi Kapal Api

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan yang memproduksi Kopi Kapal Api untuk merancang strategi dalam harga, kualitas produk dan citra merek serta untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk Kopi Kapal api

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pemahaman isi ini maka penulis Memberikangambaran secara garis besar masing-masing bab secara keseluruhan ini akan terbagi dalam lima bab yang terdiri:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, hipotesis, penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis serta uji hipotesis.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penguraian karakteristik responden, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB 5 : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan