BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagaimanan kita ketahui bahwa gaya hidup modern masyarakat Indonesia saat ini mulai mengikuti gaya hidup orang barat, yang dapat mengubah pola pikir mereka seperti gaya makan. Orang Indonesia pada zaman dahulu sangat berbeda dengan orang Indonesia pada zaman sekarang, wanita Indonesia yang dahulu rajin memasak dan pandai memasak sekarang mulai hilang. Gaya hidup barat telah menelan kebiasaan memasak para wanita Indonesia, mereka lebih suka bekerja dan bekerja bukan dirumah dan memasak untuk kebutuhan asupan yang gizi yang baik. Mereka cenderung memilih makanan cepat saji yang terkesan lebih cepat dan mudah dengan rasa yang enak. Namun, pernahkah mereka berpikir kandungan gizi apa yang ada didalamnya, apa yang dapat ditimbulkan makanan-makanan cepat saji yang mengandung bahan pengawet yang kurang baik bagi tubuh kita.

Dengan semakin sering dan semakin banyak mereka mengkonsumsi makanan sejenis itu berarti mereka juga melupakan pentingnya vitamin, mineral dan air yang mungkin hanya sedikit saja terkandung dalam makanan instan atau cepat saji tersebut. Bahkan, tak jarang makanan tersebut sama sekali tidak mengandung vitamin.

Vitamin sangat diperlukan tubuh manusia tetapi karena banyaknya kegiatan dan kesibukan manusia sehingga manusia tidak sempat mengkonsumsi vitamin dari buah-

buahan dan sayur sayuran, saat ini berbagai multivitamin bisa dikonsumsi atau di dapat dalam bentuk vitamin yang sederhana yang biasanya dalam bentuk tablet,kapsul atau cairan.

Adapun jenis-jenis vitamin yang dibutuhkan manusia, yaitu Vitamin A, Vitamin B, Vitamin C, Vitamin D, Vitamin E, dan Vitamin K. Didukung dengan adanya kebijakan pemerintah yang membebaskan penjualan produk multivitamin dalam kategori umum atau kategori OTC (*Over the counter*) atau obat yang dibeli tanpa resep dokter membuat persaingan antar produsen menjadi semakin berkembang dengan cepat, banyak pedagang besar atau pedagang kecil yang menjual produk multivitamin secara eceran mupun dalam jumlah besar.

Persaingan yang terjadi antara produsen atau perusahaan pembuat multivitamin sangat ketat, sejalan dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perubahan ekonomi serta kegiatan bisnis, mendorong perusahaaan harus mau menghadapi persaingan global menyebabkan perusahaan semakin sensitif terhadap adanya kompetisi, terutama bagi perusahaan yang bergerak dalam lingkungan usaha yang mempunyai tingkat pertumbuhan dan perkembangan yang berubah dengan cepat dan dinamis.

Selain itu untuk menjaga kelangsungan usaha dan menghadapi tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap aktivitas perusahaan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kinerja dari manajemen perusahaan. Sektor pemasaran mempunyai

peranan yang sangat penting bagi lajunya perusahaan. Tiap-tiap perusahaan mempunyai sistem pemasaran dengan strategi khusus dalam memasarkan produknya sesuai dengan kebijakan perusahaan tersebut. Apalagi mengingat semakin banyaknya perusahaan yang bermunculan dengan memproduksi barang yang sejenis, banyaknya produk sejenis yang memiliki kandungan yang sama , membuat konsumen bebas memilih sesuai kegunaan yang dibutuhkan.

Melalui PT.Natural Farm menajadi salah satu perusahaan yang secara resmi memasarkan produk kecantikan dan kesehatan yang berbahan dasar alami dan organik di indonesia. Salah satunya yaitu produk Nature Plus, suplemen Nature Plus dikenal sebagai suplemen energi (*The energy supplement*) karena standar pembuatanya yang tinggi dan menghasilkan produk yang berkualitas kemampuanya dalam menghasilkan energi alami dan perasaan yang lebih sehat.

Pada table 1 dapat dilihat jumlah penjualan produk Nature Plus pada PT. Natural Farm Cabang Mall Grand Indonesia.

Tabel 1.1

Tahun 2018	Target	Omset	Persentase
Januari	Rp.30.000.000	Rp.35.059.600	116%
Februari	Rp.30.000.000	Rp.26.196.650	86%
Maret	Rp.30.000.000	Rp.29.599.250	96%

April	Rp.30.000.000	Rp.27.414.000	90%
Mei	Rp.30.000.000	Rp.24.594.150	80%
Juni	Rp.30.000.000	Rp.27.935.900	96%
Juli	Rp.30.000.000	Rp.24.589.500	80%
Agustus	Rp.30.000.000	Rp.30.062.100	100%
September	Rp.30.000.000	Rp.31.328.700	103%
Oktober	Rp.30.000.000	Rp.34.892.800	113%
November	Rp.30.000.000	Rp.28.987.750	93%
Desember	Rp.30.000.000	Rp.25.965.300	83%

Sumber : PT. Natural Farm Mall Grand Indonesia

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa pada bulan Januari penjulan Produk Nature Plus menembus omset sebesar 116%, lalu di bulan Februari sampai Juli omset penjualan mengalami penurunan dan kenaikan yang tidak stabil. Dan pada bulan Agustus hingga Oktober omset penjualan mengalami kenaikan yang signifikan. Dan di akhir tahun pada bulan November hingga Desember omset penjualan mengalami penurunan kembali.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk , mengigat semakin banyaknya perusahaan competitor yang berkembang seperti : Kal, GNC. Oleh karena itu, konsumen semakin memiliki kekuatan yang sangat besar dalam menentukan pilihanya, konsumen juga akan semakin kritis dalam memilih produk yang menurut persepsinya terbaik, semakin

banyaknya perusahaan pesaing yang mengancam, membuat PT. Natural Farm harus berfikir kreatif dalam menghadapi persaingan dengan terus melakukan strategi-strategi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. setiap perusahaan harus berusaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif agar mampu bertahan sekaligus mampu memenangkan persaingan dengan produk yang dimiliki oleh pesaing.

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu .Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya hal pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat atribut produk.

Kualitas produk memiliki satu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Salah satu cara untuk mendorong minat konsumen perusahaan berusaha mencoba memposisikan kualitas produk mereka agar diterima oleh konsumen. Perusahaan mencoba untuk membedakan produk dari pesaingnya, agar produk mereka lebih banyak dikenal karena berbeda atau lebih baik dari produk lainya.

PT. Natural Farm toko yang menyediakan produk kesehatan dan kecantikan yang berbahan dasar alami dan organic di Indonesia salah satunya produk Nature Plus (*suplemen*). Nature plus merupakan produk kesehatan yang berbahan dasar alami dan organik di Indonesia, yang mencoba menjawab keinginan dan kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan dan usia, dalam menjaga dan meningkatkan kebutuhan kesehatan secara optimal.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkanya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi.sebaliknya apabila seseorang menilai kepuasanya terhadap suatu produk rendah maka tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk dengan harga yang mahal. harga juga merupakan salah satu faktor konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada produk Nature Plus (*suplemen*). Adapun harga yang ditawarkan oleh PT.Natural Farm dalam menarik minat konsumenya yaitu berupa diskon .

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspestasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Dalam bisnis yang sangat ketat kualitas layanan juga menduduki peranan besar karena setiap konsumen memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan jasa selain melihat kualitas produk dan harga konsumen juga bisa tertarik dari kualitas layanan dibandingkan ekspestasi pelanggan. Adapun kualitas layanan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut yaitu seperti sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan, kenyamanan konsumen yaitu seperti lokasi, ruang tunggu yang nyaman, kebersihan ketersediaan informasi dan lain sebagainya.

Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang masih menunjukan hasil penelitian yang berbeda-beda, terkait kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.2

Research Gap

Variabel	Judul	Hasil Penelitian
Arief Bowo Prayoga K, Charlie Bernando Halomoan Samosir (2015)	Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon C.	Berpengaruh
Heri Setiawan, Yusleli Herawati, Santi Asmarani, (2015)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa.	Berpengaruh
Inggit Putri Ardata (2017)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jamu Bintang Songo Di Kediri.	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tetarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada produk Nature Plus di Cabang Mall Grand Indonesia".**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nature Plus?
2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk secara terhadap Keputusan Pembelian produk Nature Plus?
3. Apakah terdapat pengaruh Harga secara terhadap keputusan pembelian produk Nature Plus?
4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan secara berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nature Plus?

C. Pembatasan Masalah

Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karena keterbatasan dana dan waktu maka penelitian ini hanya meneliti Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Store Nature Plus cabang Mall Grand Indonesia.
2. Tempat penelitian dilaksanakan di Store Nature Plus Cabang Mall Grand Indonesia.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah :

a) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan secara simultan Terhadap keputusan pembelian Produk Nature Plus di cabang Mall Grand Indonesia

b) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk Nature Plus di cabang Mall Grand Indonesia.

c) Untuk mengetahui pengaruh Harga secara parsial terhadap KeputusanPembelian Produk Nature Plus di cabang Mall Grand Indonesia.

d) Untuk mengetahui Kualitas Layanan secara parsial Terhadap keputusan pembelian Produk Nature Plus di cabang Mall Grand Indonesia.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini, antara lain

a) Bagi peneliti

Sebagai syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar sarjana sesuai dengan bidang yang diketahui.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan dan meningkatkan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan.

c) Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi perpustakaan untuk menambah pengetahuan serta dijadikan perbandingan bagi peneliti di masa yang akan datang.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA