

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern, perekonomian memperoleh kemajuan yang semakin pesat. Perkembangan itu banyak mempengaruhi perekonomian masyarakat terutama pada perusahaan besar yaitu banyak persaingan di berbagai bidang berbeda ataupun bidang yang sama. Satu diantara saingan perusahaan yang bergerak pada industri pangan ialah produk susu UHT (ultra-high temperature). Industri susu memiliki potensi untuk terus berkembang di pasar domestik maupun pasar internasional. Produk susu cair merupakan produk minuman yang banyak diminati oleh masyarakat, baik usia muda maupun tua. Produk susu cair banyak diminati karena praktis untuk langsung dikonsumsi dan mudah dibawa kemana saja serta produk susu cair juga sudah banyak tersebar dipasaran.

Salah satu perusahaan susu yang tetap bertahan dan berkembang sampai saat ini adalah PT Indolacto dengan produk susu Indomilk. Perusahaan susu bersaing sangat ketat dalam memasarkan produknya. Perusahaan memiliki keunggulan masing-masing pada produknya, beberapa perusahaan pesaing yang produk susu nya beredar luar di pasar yaitu Frisian Flag, Greenfield, Diamond dan Ultamilk. Banyaknya perusahaan pesaing dengan harga, citra merek dan kualitas produk yang berbeda-beda membuat masyarakat bingung dan selektif dalam memilih produk yang tepat untuk dibeli.

Pada dasarnya konsumen dalam menentukan keputusan pembelian akan dipengaruhi beberapa faktor diantaranya yaitu harga, citra merek dan kualitas produk. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang langsung digunakan untuk memperoleh serta memutuskan produk dan jasa (Tjiptono, 2017). Dalam menentukan keputusan pembelian konsumen berhak melakukan survei terhadap beberapa faktor, terutama pada persepsi harga.

Harga merupakan sejumlah nominal yang harus dibayarkan oleh konsumen atas manfaat-manfaat produk atau jasa yang akan dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2012).

Bagi perusahaan citra merek merupakan faktor penting dalam memasarkan produk karena konsumen akan menilai suatu produk dari citra merek perusahaan tersebut. Citra merek merupakan persepsi masyarakat mengenai produk suatu perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, kualitas produk suatu perusahaan juga menjadi faktor penentu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk. Menurut Kotler & Keller (2016) Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan manfaatnya, meliputi ketahanan, kehandalan, ketelitian.

PT Indolakto ialah satu dari sekian banyak industri yang bergerak pada bidang pengolahan susu yang ada di Indonesia. PT Australia Indomilk Industries ialah nama awal PT Indolakto tahun 1967. Visi Perusahaan adalah ikut serta dalam kecerdasan negara. Misi PT Indolakto ialah menciptakan produk yang bermutu untuk keseluruhan cabang dengan manajemen yang baik sehingga dapat menambah nilai perusahaan serta dapat bekerjasama dengan investor asing maupun luar negeri. Susu kemasan serta olahan susu ialah produk utama dari PT Indolakto yang dipasarkan secara luas (<https://www.indomilk.com>).

Hasil survei yang dilakukan terhadap top brand perusahaan susu UHT (ultra-high temperature) pada tahun 2022, didapatkan hasil yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan

No	Nama Brand	Harga (liter)	Data Penjualan
1	Frisian Flag	17.000	17.100
2	Greenfield	22.400	10.900

3	Diamond	20.000	8.400
4	Ultamilk	20.500	7.200
5	Indomilk	16.500	4.600

Sumber : <https://compas.co.id/article/top-brand-susu-uht/>

Berdasarkan Tabel 1.1, data penjualan pada tahun 2022 bahwa Indomilk memiliki penjualan yang relatif paling rendah dibandingkan dengan brand lainnya yaitu 4.600. Jika dilihat dari harga pada setiap brand, indomilk menawarkan harga yang paling rendah dibandingkan dengan brand lainnya yaitu dengan harga 16.500. Dari data penjualan yang didapatkan susu Indomilk sangat rendah dengan harga yang ditawarkan cukup terjangkau oleh konsumen.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada penelitian terdahulu, masih ditemukan hasil penelitian yang berbeda-beda pada setiap variabel yang akan dilakukan penelitian. Penelitian oleh Zahra Luthfia¹, Siska Maya (2022) pada variabel harga terhadap keputusan pembelian pada 152 responden pengguna Ms Glow Skincare dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ms Glow Skincare. Pada penelitian Aisyah Salsabila, Ali Maskur (2021) didapatkan hasil yang berbeda pada variabel harga terhadap keputusan pembelian pada 100 responden Mie Gacoan di Kota Semarang dengan menggunakan metode kuantitatif didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu Alfiah, Atep Suhendar, Muhammad Yusuf (2023) pada variabel citra merek terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif pada 67 responden didapatkan hasil bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada vinyl flooring merek taco di cv indosanjaya kota bandung. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian oleh Rokh Eddy

Prabowo, Kis Indriyaningrum, Anggita Dian Setyani (2020) pada variabel citra merek terhadap keputusan pembelian dengan metode kuantitatif pada 100 responden didapatkan hasil bahwa variabel citra merek berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olah raga merek Adidas di Semarang.

Pada penelitian oleh Rohmatul Ummat , Kristina Anindita Hayuningtias (2022) pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian nature republic. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian oleh Fiksi Maiza, Agus Sutardjo, Rizka Hady (2022) dengan metode kuantitatif pada 98 responden didapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada took nazurah hijab di kota kubang tungkek kabupaten lima puluh kota.

Tabel 1.2

Kesenjangan Riset Terdahulu

Hubungan antar variable	Temuan	Peneliti
Harga terhadap keputusan pembelian	Positif signifikan	Zahra Luthfia1, Siska Maya (2022)
	Negatif tidak signifikan	Aisyah Salsabila, Ali Maskur (2021)
Citra Merek terhadap keputusan pembelian	Positif signifikan	Ayu Alfiah, Atep Suhendar, Muhammad Yusuf (2023)
	Negatif tidak signifikan	Rokh Eddy Prabowo, Kis Indriyaningrum, Anggita Dian Setyani (2020)
Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	Positif signifikan	Rohmatul Ummat , Kristina Anindita Hayuningtias (2022)
	Negatif tidak signifikan	Fiksi Maiza, Agus Sutardjo, Rizka Hady (2022)

Sumber : Jurnal Penelitian terdahulu

Mengacu pada fenomena yang terjadi pada PT Indolakto dan masih ditemukannya hasil yang berbeda-beda pada setiap variabel yang akan dilakukan penelitian sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indolakto (Studi Kasus Konsumen Indomilk Kota Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, meliputi :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Indomilk di Kota Semarang ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Indomilk di Kota Semarang?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Indomilk di Kota Semarang ?
4. Apakah Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Indomilk di Kota Semarang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

- a) Tujuan Umum

Untuk menganalisis dan mendiskripsikan pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Indolakto di Kota Semarang.

- b) Tujuan Khusus

1. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto di Kota Semarang.
2. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto di Kota Semarang.
3. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto di Kota Semarang.
4. Untuk menganalisis dan mendiskripsikan Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan terhadap PT Indolakto di Kota Semarang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu meliputi :

1. Kontribusi dalam meningkatkan ilmu pengetahuan

Yaitu dapat berkontribusi dalam meningkatkan ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori yang didapatkan.

2. Kontribusi perusahaan dalam kebijakan operasional

Yaitu proses operasional perusahaan dan dapat menjadi langkah berikutnya untuk perusahaan berinovasi.

3. Kontribusi perusahaan dalam kebijakan jangka panjang

Yaitu proses penyelesaian permasalahan perusahaan dan sebagai bahan acuan dalam menentukan strategi untuk perusahaan dalam jangka panjang.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, penulisan penelitian dapat diuraikan secara singkat dan jelas yang terdiri dari lima (5) Bab, Uraian tersebut sebagai berikut :

- Bab I Pendahuluan, bagian ini akan membahas mengenai latar belakang yang memberikan menjelaskan fenomena dan research gap, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.
- Bab II Tinjauan Pustaka, pada bab ini berisi peta keilmuan terkait dengan landasan teori dan definisi operasional yang memuat indikator pada masing-masing variabel yang diteliti. Hubungan antara variabel membahas tentang keterkaitan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Kajian teori yang akan dibahas meliputi variabel harga, citra merek, kualitas produk serta keputusan pembelian.
- Bab III Metodologi Penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan, meliputi : Variabel penelitian dan definisi operasional. Jenis dan sumber data. Populasi dan sampel serta metode pengujian yang akan digunakan dalam penelitian ini.
- Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada bab ini membahas secara rinci hasil penelitian dengan bantuan alat uji SPSS versi 22, sehingga dapat menjawab serta menguraikan permasalahan penelitian yang diangkat, meliputi: Deskripsi objek penelitian, analisis data dengan menggunakan metodologi penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Penyajian hasil dijelaskan dalam bentuk uraian, yang digabungkan dengan tabel, gambar, maupun grafik. Pada bab ini juga menganalisis hasil yang telah dilakukan oleh peneliti dan penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini hasil yang didapatkan Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai Fhitung sebesar $27,805 > 2,70$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Bab V Penutup, pada bab ini menjelaskan kesimpulan terkait hasil penelitian dan saran untuk perusahaan yang bisa dijadikan acuan perbaikan: Kesimpulan berisi tentang hasil dari pembahsan secara singkat dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMIRAN