

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Diarea Globalisasi perekonomian dalam suatu industri sangat penting karena pembangunan ekonomi bertujuan untuk mewujudkan masyarakat dan memper tahakan pelanggan, agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas dan layak.

Sehubungan dengan masyarakat yang merupakan alur pokok yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri dan sejahtera. Selain berperan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi perusahaan dapat meningkatkan peroduktifitas, masyarakat berperan menciptakan lapangan usaha serta memperluas kesempatan kerja dan meratakan pendapatan masyarakat guna mengurangitingkat kemiskinan.

Dalam hal ini kegiatan perusahaan diharapkan untuk meningkatkan produksi dan penyerapan tenaga kerja serta meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan adanya lapangan pekerjaan bisa mengurangi pengangguran meningkatkan pendapatan masyarakat serta untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas di sektor industri.

Kualitas pelayanan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga

mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mereka mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya kesaluran distribusi atau wilayah goeografis baru, dan ketika perusahaan memasukan penawaran pekerjaan kontarak baru. Perusahaan memutuskan di mana perusahaan akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga.

Persepsi Konsumen dalam kualitas atau ke unggulan suatu oproduk atau jasa yang sama dengan tujuan yang di harapkannya. Sehingga apabila suatu produk yang diharapkan sudah tersedia maka suatu perusahaan dapat menambah keputusan pembelian dari para pelanggan yang membeli produk tersebut.

keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang di lakukan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif.

Bila sektor ini tumbuh dan berkembang serta di iringi dengan pembinaan yang baik, maka usahanya akan menjadi lebih mantap, sehat, dan dinamis serta berkelanjutan.

UD turbo sakti merupakan salah satu perusahaan keripik singkong yang terkenal di Desa Manding. Dan perusahaan tersebut terkenal sampai ke luar kota, bahkan toko besar yang ada di Jawa Timur sudah dikuasai oleh perusahaan UD turbo sakti yang berlokasi di Jl. Jokotole Desa Manding.

Dalam menjalankankegiatannya atau aktivitasnya, UD turbo sakti, yang berlokasi di Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep - banyak mengalami berbagai permasalahan yang sering terjadi di perusahaan tersebut. Permasalahan yang sering terjadi dilihat dari segi harga dimana harga produknya yang terlalu mahal dan tidak sebanding dengan kualitas produknya dimana isi dari produk keripik singkong tersebut terlalu sedikit sedangkan kemasannya terlalu besar dan tidak sebanding dengan isinya. Dari segi pelayanan yang ada di perusahaan tersebut kurang baik karena para konsumen yang datang untuk membeli keripik singkong tidak langsung dilayani.

Penjualan seperti halnya keripik singkong yang memberikan kualitas produk yang bagus dan harga terjangkau tentu saja mempunyai tujuan yang hendak dicapai, yaitu mengarah dan berkaitan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dan juga untuk menghadapi persaingan. Tetapi strategi penerapan harga yang di berikan haruslah di tetapkan secara berhati-hati dan bijaksana.

Tabel 1.1

Daftar Hasil penjualan Keripik Singkong UD Turbo Sakti Tahun 2018

Bulan	Hasil Penjualan
Januari	Rp. 7.000.000
Februari	Rp. 8.000.000
Maret	Rp .7.500.000
April	Rp . 9.000.000
Mei	Rp .8.500.000
Juni	Rp. 6.500.000
Juli	Rp. 7.000.000

Berdasarkan hal tersebut di atas, yang melatar-belakangi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **Aspek Kualitas Pelayanan, Harga, Persepsi Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Singkong pada UD TURBO SAKTI di Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik singkong UD turbo sakti ?

- 1.2.2 Apakah kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian keripik singkong UD turbo sakti ?
- 1.2.3 Diantara kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen manakah yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian keripik singkong UD turbo sakti

1.3. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah seperti tersebut di atas, maka tujuan penelitian yang hendak akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD turbo sakti, Kecamatan Manding.
- 1.3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian keripik singkong di UD turbo sakti, Kecamatan Manding.
- 1.3.3 Untuk mengetahui variabel yang mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, harga dan persepsi konsumen terhadap keputusan konsumen dalam pembelian keripik singkong di UD turbo sakti, Kecamatan Manding.

1.4. Mamfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Sebagai referensi bagi peneliti dibidang ilmu pemasaran dan dapat menambah pengalaman dan mempraktekkan segala bentuk teori pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah cakrawala berpikir serta wawasan pengetahuan bagi penulis dalam menjalankan kehidupan dan memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan harga, persepsi serta keputusan konsumen selama bekerja.

b. Bagi perusahaan

UD turbo sakti, Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. Diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan masukan atau input bagi manajemen perusahaan, guna memper timbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan memperbaiki kinerja untuk pengembangan kedepan, sehingga keputusan konsumen akan lebih baik atau meningkat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi

kualitas pelayanan dan memperbaiki kinerja untuk pengembangan kedepan, sehingga keputusan konsumen lebih diperhatikan yang muaranya adalah ada peningkatan.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup ini Untuk lebih mengarah kepada permasalahan yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini hanya pada sisi kualitas pelayanan, harga, dan persepsi konsumen, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini organisasi perusahaan yang dijadikan obyek penelitian adalah Perusahaan Keripik Singkong UD turbo sakti, Desa Manding, Kecamatan Manding – Kabupaten Sumenep.