

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transformasi selalu berjalan beriringan dengan perkembangan manusia dalam berbagai sektor yang dapat memberikan dampak persaingan dalam suatu bisnis. Situasi ini menimbulkan intensitas persaingan yang tinggi sehingga mengharuskan setiap perusahaan memiliki keunikan yang mampu memikat pelanggan dan sejalan dengan *goals* yang dimiliki. Seorang pelanggan ataupun konsumen seringkali mempertimbangkan penjualan perusahaan dalam menjual produk apakah sudah menjual produk yang diinginkan sesuai pembeli walaupun tidak jarang juga harga lebih diunggulkan dari pada kualitas dalam produk, namun harga adalah pertimbangan utama pelanggan dalam proses pembuatan keputusan dari penjual yang diberikan untuk pembelian barang terhadap konsumen. Ditambah lagi suatu pelayanan menjadi nilai tambah dalam pengoptimalan penjualan yang berdampak terhadap ketertarikan konsumen kepada produk.

PT. Tritunggal Nusantara timur merupakan perusahaan yang mengelola produk baterai aki yang beralamat di Jalan Korin Klapanunggal, Klapanunggal, Kembang Kuning, Kec. Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710. Perlu disadari bahwa semakin banyaknya volume kendaraan di Indonesia saat ini menuntut masyarakat untuk perawatan kendaraan yang dimiliki khusus di baterai aki, karena sistem kendaraan aki pada akhir akhir ini sudah sangat berkembang pesat dimana sistem pembakaran secara elektrik yang tentu saja kondisinya harus selalu prima. Selain itu harga semakin hari semakin tumbuh pesat sehingga berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Disisi lain umur aki tidak bisa di tentukan secara tepat. Banyak faktor yang mempengaruhi kondisi aki cepat rusak atau tidaknya yaitu dari faktor perawatan air aki, kondisi instalasi listrik kendaraan seperti dinamo ampere maupun dinamo starter, cara pemakaian, temperatur suhu medan jalan yang digunakan. Sehingga terjadi goncangan pada aki dan kondisi cuaca atau faktor alam. Semua faktor tersebut mempengaruhi daya

tahan aki untuk itu daya tahan aki tidak bisa di tentukan secara tepat. Memang kondisi ini membingungkan secara teori bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Untuk itu PT tritunggal Nusantara timur mengalami kondisi ini bingung dalam penjualan produk yang dimiliki. Karena aki menjadi kebutuhan primer bagi kendaraan, tentu harga aki semakin meningkat. Dibandingkan dengan aki second ataupun merek lain.

Menurut (Adirama, 2012) keputusan pembelian adalah keputusan yang sistematis. Untuk melihat faktor-faktor keputusan pembelian konsumen PT Nusantara Timur, maka kompetisi bisnis di era globalisasi yang dinamis, kompleks, dan fleksibel menghadirkan peluang serta tantangan. Kemunculan tantangan diiringi dengan inovasi baru pada produk edar pasaran mengharuskan konsumen selektif dalam pemenuhan kebutuhannya. Situasi ini menuntut perusahaan mengikuti selera pembeli secara berkelanjutan. Kehati-hatian sifat konsumen dalam membeli produk menggambarkan penawaran yang diberikan produk dari sebuah perusahaan belum memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman sifat konsumen perlu dipahami betul oleh perusahaan sebelum *launching* produk. Harga produk adalah faktor utama yang selalu diperhatikan, apabila terlalu mahal berdampak kurang laku dan apabila terlalu murah berdampak kurangnya keuntungan. Penentuan harga pasaran memiliki pengaruh kuat terhadap perkembangan ekonomi sebuah usaha serta tingkat pendapatannya. Keputusan konsumen saat pembelian produk dipengaruhi oleh harga sehingga hal ini menentukan tingkat keberhasilan pemasaran. Keberhasilan penetapan harga adalah kunci bauran pemasaran. Bauran pemasaran meliputi harga yang bersifat fleksibel.

Pemenuhan syarat agar suatu perusahaan sukses dalam kompetisi bisnis yakni memunculkan dan mempertahankan konsumen. Pemahaman perilaku konsumen merupakan keterampilan yang harus dimiliki perusahaan sebab mempengaruhi keberlanjutan suatu perusahaan dalam memenuhi tujuannya dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Keterampilan tersebut dapat digunakan sebagai fondasi penyusunan strategi program tepat guna dalam pemanfaatan peluang untuk bersaing dengan usaha lain. Pembangunan kepercayaan individu terhadap

suatu perusahaan merupakan hal pertama yang perlu dipikirkan sebelum mengetahui produk yang akan diperjualbelikan. Kondisi ini dapat digunakan sebagai landasan perusahaan agar konsumen melakukan pembelian ulang dan menaruh kepercayaan terhadap produk yang diproduksi dan menghindari kekecawaan pada konsumen akibat membeli produk pesaing tanpa ragu. Perusahaan secara general menggunakan kepuasan konsumen sebagai jaminan keberhasilan.

Peningkatan kepuasan pelanggan umum dilakukan untuk menaikkan volume penjualan suatu usaha. Sejalan dengan Tjipto (2008) dengan pernyataan kepuasan pelanggan tercipta karena hubungan perusahaan dan pelanggan yang saling memberi manfaat. Loyalitas konsumen dipicu pembelian secara berulang sehingga terjadilah rekomendasi *word of mouth* atau mulut ke mulut yang memberi untung pihak usaha. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah melakukan pembelian dan merasakan produknya.

Transaksi jual beli melibatkan pengambilan keputusan. Fokus penjual dalam pengambilan keputusan terlihat dalam proses integrasi pengetahuan evaluasi dua atau lebih tindakan alternative, dan harus memilih diantaranya (Setiadi, 2010). Perangkat pemasaran ditinjau cukup signifikan dalam mempengaruhi usaha. Kombinasi produk, harga, distribusi, dan promosi sebagai bagian bauran pemasaran memiliki andil utama dalam mencapai tujuan perangkat pemasaran (Kotler, Philip, 2008).

Menurut (Winardi, 2010) dalam penelitiannya menyatakan titik sebuah pembelian dari proses evaluasi adalah keputusan pembelian. Keputusan dalam pembelian meliputi berbagai tindakan konsumen dari tingkat individu hingga organisasi untuk memutuskan, melakukan pembelian, mempergunakan, dan memuaskan kebutuhannya dari produk atau jasa (Kotler, 2016).

Dari uraian latar belakang diatas, penulis hendak melakukan penelitian mengenai pengaruh produk dan harga terhadap penjualan diPT. Tritunggal Nusantara Timur. Untuk dapat menemukan pengaruh produk dan harga terhadap penjualan aki sehingga dapat dijadikan sebagai pertimbangan perusahaan dalam persaingan usaha yang dilakukan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Proses penjualan produk umumnya menghadapi kendala kualitas produk dan harga berupa seberapa besar dan bagaimana penetapannya. Untuk itu agar tujuan tercapai timbullah keputusan pembeli terhadap produk yang dijual. Disamping itu, persepsi produk oleh konsumen dibutuhkan saat pengambilan keputusan pembelian produk. Situasi ini mengharuskan konsumen memiliki beragam merek alternatif sejenis yang variatif. Dari peristiwa tersebut, maka penjual membutuhkan data kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian aki di PT. Tritunggal Nusantara Timur?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk baterai aki di PT. Tritunggal Nusantara Timur?
3. Apakah kualitas dan harga terhadap simultan di PT. Tritunggal Nusantara Timur ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yakni untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pada produk baterai di PT. Tritunggal Nusantara Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk baterai aki di PT. Tritunggal Nusantara Timur.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas dan harga terhadap simultan di PT. Tritunggal Nusantara Timur.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Bertujuan memberi gambaran terhadap penelitian yang dilaksanakan sehingga tersusunlah sistematika penulisan mencakup informasi materi dan

konsep yang di bahas dalam setiap bab. Adapun sistematika kepenulisan dari penelitian ini yakni:

**1. BAB I PENDAHULUAN**

Mengulas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

**2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Mengulas landasan teori, kerangka pemikiran, dan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilaksanakan. Landasan teori berfungsi sebagai dasar pemikiran untuk membahas objek yang dikaji, sedangkan kerangka pemikiran berfungsi mendeskripsikan lebih detail maksud penelitian dan membantu dalam berfikir sistematis, dan penelitian terdahulu berfungsi untuk pedoman penelitian yang dilaksanakan.

**3. BAB III METODE PENELITIAN**

Mengulas setiap variabel yang dipergunakan dalam penelitian meliputi definisi operasional dari setiap variabel, populasi, dan sampel yang dipergunakan dalam penelitian beserta jenis, sumber data, dan metode analisis yang dipergunakan dalam pengolahan data..

**4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mengulas hasil penelitian secara terstruktur dilanjutkan analisis memakai teknik analisis yang telah ditentukan sebelumnya dan pembahasan mengenai hasil analisis yang diperoleh.

**5. BAB V PENUTUP**

Mengulas kesimpulan hasil penelitian dan saran terkait hasil dari penelitian.