

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diera globalisasi dan pasar yang bebas menyebabkan persaingan bisnis tumbuh berkembang dengan sangat kompetitif. Dengan keadaan bisnis seperti sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk mengeluarkan seluruh kemampuan strategi terbaiknya agar dapat bertahan dan bahkan mampu memenangkan persaingan bisnis yang ada. Semua pemangku bisnis saling berlomba untuk membuat produk dengan kreatif dan inovatif sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kebutuhan konsumen akan terus meningkat seiring berjalannya waktu menjadi peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga tidak berpindah ke pesaing walaupun jika suatu saat terjadi perubahan. Pandangan konsumen terhadap suatu produk yang paling utama adalah kualitas produknya dimana kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk membeli suatu produk. Dengan persaingan seperti saat ini konsumen dapat bebas memilih produk mana yang akan dipilih. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk dapat terus menjaga dan mengembangkan kualitas produknya untuk menarik minat para pembeli dipasaran.

Berhasil atau tidaknya suatu usaha makanan tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggannya. Pelayanan mempunyai peranan yang sangat penting karena akan berpengaruh terhadap citra perusahaan dan keputusan pelanggan untuk membeli produk atau tidak.

Pempek Honey merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang makanan khas Kota Palembang. Pempek Honey berdiri pada tahun 2015. Pada awalnya Pempek Honey didirikan hanya secara *online*, namun karena banyaknya permintaan pelanggan untuk dibuat toko *offline* maka dibuatlah resto Pempek Honey yang bernuansa mediterania yang menyediakan fasilitas *indoor* dan *outdoor*. Lokasi Pempek Honey terletak Di Jalan Beringin Raya Blok FF No. 34 RT 61 Jakabaring (Belakang Dekranasda).

Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, di mana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya. Keputusan konsumen sebagai suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2003). Berdasarkan definisi di atas keputusan pembelian dijadikan sebagai variabel dependen didalam penelitian ini apakah konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pempek di Pempek Honey atau tidak.

Kotler & Amstrong (2008) mengatakan bahwa kualitas produk adalah senjata strategis yang berpotensi untuk mengalahkan pesaing. Kualitas yang baik, sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan

konsumen dapat berdampak baik bagi perusahaan. Jadi, hanya perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan berhasil dan berkembang dari perusahaan lain.

Citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Setiadi (2003) menyatakan bahwa citra merek dibangun berdasarkan kesan, pemikiran dan pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap suatu merek yang pada akhirnya akan terbentuknya sikap terhadap merek tersebut. Maka dari itu sebuah perusahaan harus dapat menciptakan merek yang menarik, mudah diingat serta menggambarkan manfaat produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Persepsi terhadap citra merek yang baik dapat menjadi pertimbangan ketika akan melakukan pembelian.

Citra merek dan kualitas produk sangat penting dalam membuat keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk apalagi soal makanan. Pempek Honey berusaha untuk membuat pelanggannya puas akan pempek yang dibuatnya, selain dari cita rasanya yang khas menggunakan ikan tenggiri, Pempek Honey juga memperkenalkan inovasinya dalam pengemasan pempek. Kemasan pempek yang terbuat dari *paper box* berwarna coklat bergambar lebah pada posisi kanan kotak terdapat label SNI yang sudah tertempel diatas kotak, yang di isi dengan banyak ragam pempek. Pempek Honey mengikuti ajang pemecahan rekor muri penyajian pempek terbanyak, oleh Badan Standar Nasional, Pempek Honey terpilih dari ketiga UKM yang diikutsertakan. Pempek Honey membawa 6.300 pempek yang akan dikemas oleh para perajin pempek, diajang pemecahan

rekor muri penyajian pempek terbanyak. Owner dari Pempek Honey mengatakan mereka dapat ikut serta karena berhasil mendapat label Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Badan Standarisasi Nasional (BSN). BSN menilai bahwa Pempek Honey dari segi kualitas bahan dan tempat sangat bersih (Sumsel.tribunnews.com, 2018).

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik meneliti apakah benar citra merek dan kualitas produk adalah salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian Pempek Honey. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pempek Honey Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan yaitu :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?.
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?.
3. Apakah Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pempek Honey?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Pempek Honey.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam mengetahui tentang citra merek dan kualitas produk serta keputusan pembelian.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau masukan bagi perusahaan mengenai faktor-faktor yang dapat berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian.

1.4.3 Bagi Akademisi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah dalam mengetahui keputusan pembelian pada

Pempek Honey serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas metodologi penelitian, sumber dan metode pengumpulan data, sejarah perusahaan, latar belakang perusahaan dan struktur organisasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini merupakan tentang sejarah singkat perusahaan, tujuan perusahaan, visi dan misi perusahaan, karakteristik responden, tabulasi data, analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran dari isi bab-bab sebelumnya. Diajukan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam penyelesaian masalah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN