

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Arus perkembangan bisnis mengalami peningkatan yang cukup tajam saat ini. Saat satu bisnis mengalami kebangkrutan, bisnis yang bergerak dibidang yang sama mulai bermunculan ke permukaan. Perkembangan di dunia bisnis harusnya disambut baik karena secara tidak langsung akan memperluas lapangan pekerjaan di tanah air. Namun, para pebisnis sering kali menjadi takut karena perkembangan bisnis menimbulkan persaingan yang cukup ketat, terutama untuk bisnis yang bergerak dibidang yang sama (Aprillia Ika, 2018).

Semakin banyaknya persaingan bisnis yang sejenis maka membuat perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati yang menjadi keputusan pembelian dalam usaha melakukan pemasaran sebuah produk. Hal ini yang menjadi salah satu konsep untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan yaitu dengan cara mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen atau yang menjadi target atau sasaran pasar serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 1997).

BULOG (Badan Urusan Logistik) adalah Perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak dibidang logistic pangan sesuai dengan status kelembagaan BULOG yang berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) setelah dikeluarkan Peraturan Pemerintahan RI No. 7 Tahun 2003. Perum BULOG memberikan peran pemasaran/komersial dalam bahan pokok yang multi komoditi seperti (Beras Premium, Beras Medium, Minyak Goreng Koita, Kecep Manis Kita, Gula Pasir Manis Kita, Gula Pasr Raw Sugar, Tepung Pita Merah, Daging Kita, dll). Sehingga Perum BULOG harus mengikuti kebutuhan, sikap selera konsumen, serta dengan jeli melihat tindakan-tindakan dari perusahaan pesaingnya.

Menurut Kotler & Amstrong (2016) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan.

Menurut Kotler & Amstrong (2007) *Quality product* atau kualitas produk merupakan senjata strategis yang berpotensi untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk yang baik yang akan tumbuh berkembang dengan cepat dan lebih berhasil kedepannya dari pada perusahaan lain.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga dapat didefenisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefenisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Kualitas produk dan harga memang sangat penting untuk membuat keputusan pelanggan membeli suatu produk. Menurut Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik Divisi Regional Sumatera Selatan meski sudah memasuki masa panen namun tetap kesulitan menyerap beras dari petani local. Padahal diketahui Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah lumbung pangan nasional. Kepala Perum Bulog Divre Sumsel Babel, M Yusuf Salahuddin mengatakan, harga jual beras dari petani saat ini cukup tinggi sehingga sulit bagi Bulog untuk menyerapnya. Sementara stok beras di gudang Bulog Sumsel saat ini ada sebanyak 27.500 ton beras. Stok tersebut merupakan persediaan sejak tahun lalu. (Kumparan.com, 2019). Hal ini mengakibatkan

tingginya pula harga jual dari Bulog Mart ke masyarakat sekitar, dikarenakan harga yang diterima Perum Bulog dari petani pun cukup tinggi. Hal tersebut membuat masyarakat sulit untuk memutuskan melakukan pembelian di Bulog Mart dengan harga yang tinggi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium di Bulog Mart”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
3. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah wawasan penulis dalam mengetahui tentang kualitas produk dan harga serta keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

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

3. Bagi Akademisi

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

Penelitian ini akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang berisikan deskripsi teori-teori yang dibutuhkan, penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

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

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini akan membahas hasil dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini akan membahas kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**