

## **BAB I**

### **PENDAHULIAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Semua hal yang berkaitan dengan manusia sering kali mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga memiliki pengaruh kepada pola perilaku bersaing dalam menjalankan sebuah bisnis. Hal ini membuat persaingan didunia bisnis menjadi semakin sulit. Semua perusahaan tentu ingin berhasil dalam menjalankan semua bisnis-bisnisnya. Langkah-langkah yang digunakan sebuah perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan adalah dengan menggunakan kegiatan pemasaran , yaitu suatu proses sosial yang didalamnya ada individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang mempunyai nilai dengan pihak lain.

Pemasaran merupakan kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk bisa berkembang dan mendapatkan laba. Salah satu bisnis yang menjanjikan keuntungan merupakan kebutuhan rumah tangga dan minyak goreng adalah salah satunya, disini PT. Bintara Tani Nusantra ikut andil dalam produksi minyak goreng yang dimana produknya bernama atau bermerek Sari Murni, dimana minyak Sari Murni ini sudah lama berkecimpung didunia perindustrian kebutuhan rumah tangga, Sebagaimana yang kita ketahui bahwa industri minyak goreng sawit adalah industri yang perkembangannya begitu pesat diindonesia.

Pemasaran merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dalam sebuah dunia bisnis. Pemasaran banyak memiliki arti atau definisi yang berbeda-beda, namun akan bermuara pada sebuah kesepakatan tentang arti pemasaran itu sendiri. Pemasaran itu berasal dari kata “Pasar” yang memiliki arti yang merupakan suatu yang abstrak, bukan sesuatu yang memungkinkan terjadinya transaksi, tapi pada intinya pasar itu sendiri merupakan tempat bertemunya kekuatan permintaan dan penawaran.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan sebuah produk seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan produsen yang akan kita tuju. Maka dengan begitu produk kita dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif dalam memilih produk sebelum mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh sebuah produk dapat diketahui oleh konsumen dan juga bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk melakukan pembelian untuk produk tersebut. Produk merupakan suatu yang dapat dipromosikan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan sebuah keinginan dan kebutuhan seseorang.

Produk-produk yang ditawarkan meliputi barang fisik contohnya mobil, pakaian, makanan, barang elektronik, perumahan dan lain sebagainya.. Produk-produk yang ditawarkan juga bisa berupa orang (contoh, Ibrahimovic, Neymar Jr, Benzema, Edin Hadzar dan seterusnya), organisasi (contohnya, Forum

Pembela Islam, Ikatan mahasiswa muhammadiyah, Gerakan Nasional Anti Narkoba, dan sebagainya).

Selain kualitas produk, harga juga merupakan variabel penting dalam pemasaran. Dalam menghadapi persaingan antar masing-masing perusahaan harus bisa memenangkan persaingan tersebut dengan memperlihatkan produk terbaik yang berbeda dengan perusahaan lainnya dan yang dapat memenuhi permintaan konsumen yang mempunyai selera yang selalu berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang baik untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

PT. Bintara Tani Nusantara adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri kebutuhan rumah tangga yang dimana produknya minyak goreng yang bermerek Sari Murni.

Berikut rincian penjualan PT. Bintara Tani Nusantara dari tahun 2014 – 2018.

Tabel 1.1

## Tabel Penjualan Produk Minyak Sari Murni PT.BTN

Tahun 2014 – 2018

( Dalam Milyaran Liter)

TAHUN	PENJUALAN x HARGA PER LITER	TOTAL (Dalam Triliun Rupiah)
2014	3,1 x 11.000	34,1 T
2015	2,3 x 11.000	25,3 T
2016	3,7 x 11.000	40,7 T
2017	3,9 x 11.000	42,9 T
2018	4,2 x 11.000	46,2 T

*Sumber : Wawancara Langsung Dengan Pihak Perusahaan*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada tahun 2015 mengalami penurunan dan mengalami kenaikan lagi pada tahun selanjutnya, disinyalir disebabkan oleh kualitas produk, citra merek dan kepuasan pelanggan yang telah sesuai dengan apa yang telah diperoleh pada produknya.

.Menurut **Kotler dan Kellar (2016:164)** dalam **Muhammad Fadli Hilmy dan Rahmad Hidayat, SE.MM (2018)** Kualitas poduk adalah kemampuan suatu barang yang memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan **Fisna D. Tumembouw (2019), Muhammad Yusuf Dana Mukti (2015)** mengatakan bahwa kualitas produk

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan **Muhammad Fadli dan Rahmad Hidayat (2018)**, **Alfaris Edward Pandesia dkk (2017)** mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Citra merek adalah pengumpulan asosiasi terorganisir dengan dan persepsi konsumen tentang suatu merek sebagaimana dicerminkan oleh asosiasi merek yang dipegang oleh ingatan konsumen (**Aaker, 1991**) dalam **Jihyun Lee (2018)**.

Hasil penelitian **Rosa Lesmana (2019)** mengatakan bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Bertolak belakang dengan hasil penelitian **Ike Sen Cece (2015)** mengatakan bahwa citra merek tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian **Amelia Septian Aryanti (2019)** mengatakan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun bertentangan dengan hasil penelitian **Rifaldi Tendega (2018)** Citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang memahami bagaimana pentingnya kepuasan konsumen. Menurut **Ali Hasan (2014)** kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut **Jones dan Suh (2000)** dalam

**Vinata Kaura, Ch. S. Durga Prased and Sourabh Sharma (2015)** Kepuasan konsumen adalah agregasi dari semua evaluasi spesifik transaksi sebelumnya dan diperbarui setelah setiap transaksi tertentu. Hasil penelitian yang dilakukan **Rahmad Hidayat (2015)** mengatakan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut **Sciffman** dan **Kanuk** dalam **Nahla Rahma Yunita (2019)** keputusan pembelian adalah pembelian dua atau lebih alternatif keputusan pembelian dengan kata lain konsumen yang melakukan pilihan harus menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada. Keputusan pembelian menurut **Sciffman dan Kanuk** dalam **Jalal Rajeh Hanaysha (2017)** merupakan konsumen mencari informasi yang relevan tentang yang ditentukan konsumsi terkait kebutuhan dari pengalaman masa lalu mereka sebelum mencari sumber eksternal informasi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MINYAK SARI MURNI PRODUKSI PT.BINTARA TANI NUSANTARA CABANG PASAMAN BARAT”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang permasalahan diatas maka peneliti diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang menurun berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk masih kurang.
3. Citra merek yang masih kurang populer di kalangan masyarakat.
4. Pindahannya konsumen kemerek yang lain.
5. Kepuasan yang didapat konsumen belum begitu tinggi.
6. Banyaknya perusahaan dibidang yang sama membuat persaingan semakin ketat.
7. Komitmen pelanggan terhadap produk masih rendah.
8. Keputusan konsumen dalam pembelian produk yang masih kurang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar terfokusnya permasalahan yang akan dibahas didalam penelitian ini, maka penelitian membatasi masalah yang dibuat yaitu (1) Variabel independen : Kualitas Produk, Citra merek, (2) Variabel intervening : Kepuasan pelanggan, dan (3) Variabel dependen : Keputusan pembelian

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?
2. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?

3. Bagaimana kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?
4. Bagaimana kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?
5. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?
7. Bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat?

## **1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa dan mengestimasi :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat.
2. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat.

3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat.
4. Pengaruh Kualitas produk, citra merek ,dan kepuasan konsumen secara bersama terhadap keputusan pembelian dengan harga pada produk minyak sari murni produksi PT. Bintara Tani Nusantara cabang Pasaman Barat.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan  
Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
2. Bagi penulis  
Menambah wawasan , pengetahuan, dan pengalaman serta sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam mengetahui sejauh mana hubungan antara teori yang diperoleh diperkuliahan dengan kondisi nyata yang ada dilapangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya  
Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama