

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era pasar bebas saat ini menjadikan dunia usaha berkembang dengan cepat, berbagai jenis barang dan jasa dengan bermacam macam merek yang meluas di seluruh pasar Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan persaingan yang ketat terbukannya persaingan yang ketat di segala bidang termasuk dunia bisnis. Karena bisnis merupakan kegiatan usaha yang memiliki peran penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dalam suatu usaha perusahaan harus mampu menarik hati konsumen, agar konsumen tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Kualitas produk pada perusahaan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dan diutamakan dalam setiap proses produksi. Pengaruh kualitas produk sangat penting bagi perusahaan karena hal ini dapat mempengaruhi kualitas dari produk yang dihasilkan. Selain menggambarkan keunggulan produk, kualitas produk juga dapat menggambarkan daya tahan, keindahan, kemudahan dalam pengoperasian dari suatu produk. Apabila perusahaan tidak memperhatikan kualitas dari produk dengan benar, maka kemungkinan kualitas dari produk kurang baik atau ketahanan dari produk kurang maksimal. Kualitas produk yang baik dan berkualitas tinggi merupakan cerminan dari keberhasilan pada perusahaan tersebut.

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting bagi suatu

perusahaan. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dibuat oleh perusahaan, maka konsumen akan percaya terhadap produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut, dan jika konsumen percaya terhadap produk akan terjadilah keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut (kelengkapan), dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.

Kepercayaan konsumen merupakan suatu pengetahuan konsumen terhadap produk, atributnya, dan manfaatnya. Reputasi merupakan hal penting untuk membangun kepercayaan konsumen pada perusahaan, karena konsumen tidak memiliki pengalaman pribadi dengan perusahaan, reputasi dari mulut ke mulut dapat menjadi kunci ketertarikan konsumen terhadap produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Informasi positif yang didengar oleh konsumen tentang perusahaan/penjual dapat mengurangi persepsi terhadap risiko dan ketidaknyamanan dalam bertransaksi dengan penjual. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen tentang integritas dan kompetensi pada perusahaan/penjual.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk yang diinginkannya. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu seperti, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, dan perilaku pasca pembelian. Perusahaan harus mampu menarik perhatian konsumen agar dapat tertarik untuk membeli suatu produk yang ada pada perusahaan tersebut.

UD. Alastika Jaya adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang mebel yang memproduksi berbagai produk seperti pintu, cendela, dan almari. Dalam pengerjaan produk yang berbahan dasar kayu, peralatan yang digunakan untuk membuat pintu, cendela, dan almari antara lain, mesin pemotong kayu, meteran, palu, penggaris siku, tatah, dan alat-alat penunjang lainnya. Dalam melakukan strategi pemasaran produk, perusahaan harus melakukan survey pasar agar perusahaan dapat mengerti apa saja model produk yang diminati oleh konsumen. Apabila perusahaan dapat mencapai target pasar yang diinginkan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang besar dari hasil penjualan produk.

Produk yang dihasilkan UD. Alastika Jaya banyak produk sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing, sehingga perusahaan ini dituntut untuk menghasilkan pintu, cendela, dan almari yang kualitasnya lebih baik dari perusahaan lain. Keputusan pembelian faktor penting yang harus diperhatikan oleh UD. Alastika Jaya. Apabila konsumen merasa senang dengan produk yang dihasilkan, maka hal ini menjadi catatan nilai tersendiri bagi perusahaan karena tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Alastika Jaya”.

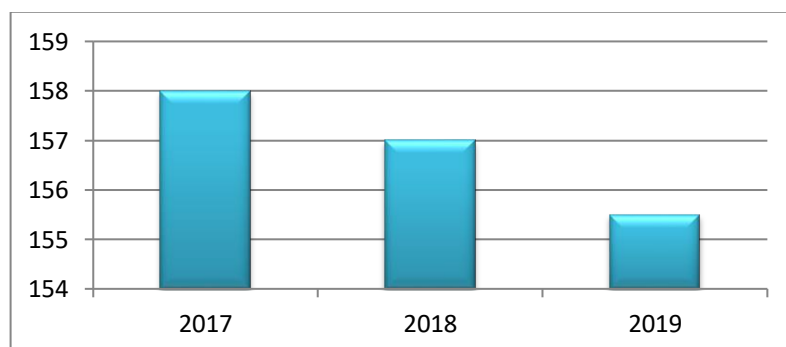
B. Permasalahan

UD. Alastika Jaya berada di jl. Semeru No. 7, Gurit, Babadan, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar memproduksi berbagai produk mebel

seperti pintu, cendela dan almari. Usaha yang telah dijalankan terkadang memiliki kendala, seperti kualitas dari bahan produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan bahan baku dengan kualitas yang baik, terkadang sulit untuk didapatkan, karena kayu yang memiliki kualitas yang baik adalah kayu yang memiliki umur diatas 10 tahun. Konsumen biasanya cenderung memilih kualitas kayu yang baik dan tahan lama.

Banyaknya pesaing pada bidang mebel yang menggunakan peralatan lebih canggih dalam proses produksi pada akhirnya membuat UD. Alastika Jaya mengalami ketertinggalan dibanding dengan para pesaing. pasalnya UD. Alastika Jaya masih menggunakan peralatan manual mengalami ketertinggalan dalam era yang serba canggih dan modern. Hal ini dapat berpengaruh pada kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibuat oleh UD. Alastika Jaya, karena proses pembuatannya yang membutuhkan waktu lama.

Berikut adalah tabel pendapatan pada UD. Alastika Jaya dari tahun 2016 – 2019 :



Gambar 1.1

Tabel Pendapatan UD. Alastika Jaya Tahun 2017-2019

Pendapatan mebel pada tahun 2017 sampai tahun 2019 menunjukkan grafik penurunan. Terlihat pada tahun 2017 mebel masih memiliki pendapatan kurang lebih Rp. 158.000.000. Sedangkan pada tahun 2018 pendapatan mebel kurang lebih di angka Rp. 157.000.000. Dan di tahun 2019 mebel hanya mendapatkan pendapatan kurang lebih Rp. 155.500.000. Dari sini terlihat dengan jelas bahwa pada 3 tahun terakhir pendapatan mebel mengalami penurunan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk dapat menganalisis kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

E. Kegunaan Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis:
 - a. Untuk mengetahui analisis kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

- b. Kesempatan untuk menambah wawasan maupun pengetahuan dibidang Manajemen Pemasaran.
 - c. Untuk menerapkan teori-teori yang telah diterima dibangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan.
 - d. Digunakan untuk bahan kajian dan menjadi referensi untuk penelitian yang diharapkan, dapat lebih mengerti dan melakukan riset permasalahan secara teori yang di aplikasikan dalam dunia nyata.
2. Bagi UD. Alastika Jaya Blitar
 - a. Simpulan dan saran dari penelitian ini diharpkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan UD. Alastika Jaya Blitar.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pengembangan produknya agar mampu menarik minat konsumen.
 3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
 - a. Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu manajemen pemasaran.
 - b. Dapat dijadikan bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama di masa yang akan datang.
 4. Bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.