

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan manusia akan selalu terus berkembang tanpa dibatasi oleh perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginannya sendiri, sehingga diperlukan suatu organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis akan terus berkembang pesat seiring dengan adanya perkembangan pada era globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dunia bisnis dalam memasarkan produk dan jasa yang digunakan oleh konsumen. Pengusaha akan saling bersaing dalam memasarkan produk yang ditawarkannya dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Rahmat, 2018).

Sejalan dengan perkembangan bisnis saat ini, banyak perusahaan yang berupaya untuk menjadikan perkembangan tersebut sebagai suatu peluang dan tantangan bisnis yang menjanjikan bagi sebuah perusahaan untuk saling berlomba dan bersaing dengan perusahaan lainnya agar tetap bertahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan juga berupaya agar bisa selalu mengerti sesuatu yang sedang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasa terpuaskan terhadap perusahaan tersebut. Era globalisasi seperti sekarang ini banyak bermunculan produsen-produsen baru yang menjual barang-barang sejenis, sehingga secara otomatis dengan banyaknya produsen tersebut maka akan semakin banyak pula persaingan. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka hal itu juga akan menyebabkan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga dengan adanya hal demikian, maka konsekuensi yang akan diterima oleh suatu perusahaan yaitu akan menjadikan konsumen sebagai seorang yang lebih cermat dan juga pintar dalam menentukan pilihannya terhadap produk yang beredar.

Keberagaman pemilik usaha pada bidang sejenis, tentunya juga akan berdampak pada bertambahnya jumlah produk yang ada di pasar. Semakin meningkatnya jumlah produk dan juga pelaku usaha di pasaran, maka hal itu akan

membuat perusahaan keripik untuk terus berusaha dalam upaya memenuhi keinginan konsumen dengan menghasilkan produk yang berkualitas baik dengan harga yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan (Rizal *et al.*, 2019). Pada dasarnya, semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pula pilihan yang harus dipilih oleh konsumen dari produk baru yang telah memenuhi harapan mereka (Andi dalam Hendrarini *et al.*, 2020). Keadaan seperti inilah yang akan membuat setiap perusahaan untuk terus memantau persaingan dalam dunia bisnisnya.

Perusahaan yang berkeinginan untuk memenangkan persaingan pada usaha yang sedang dijalankan, maka perusahaan tersebut haruslah memiliki berbagai macam strategi pemasaran yang tepat dan juga efektif, salah satunya adalah dengan menciptakan produk serta memberikan pelayanan maupun jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan yang pelanggan harapkan. Perusahaan harus sanggup untuk memahami apa yang akan menjadi kebutuhan serta harapan konsumen pada saat sekarang maupun yang akan datang.

Usaha keripik yang berada di daerah Langkat saat ini sudah semakin menjamur dan mudah ditemukan dimana saja. Jumlah usaha keripik yang ada di Langkat juga semakin terus meningkat dari waktu ke waktu sehingga hal tersebut akan membuat persaingan menjadi semakin ketat. Pada Kecamatan Gebang sendiri ada terdapat beberapa usaha keripik dengan keunggulan produknya masing-masing yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan dan juga menarik minat beli konsumen. Berikut adalah beberapa daftar nama usaha keripik yang ada di Kecamatan Gebang yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1 Daftar Nama Usaha Keripik Singkong di Kecamatan Gebang, 2023

No	Nama Usaha	Alamat Usaha
1	Keripik Cinta Mas Hendro	Desa Air Hitam
2	Keripik Rindu Mas Lilik	Desa Air Hitam
3	Keripik Kangen	Desa Air Hitam
4	Keripik Senyum	Desa Air Hitam
5	Keripik Mantan	Desa Air Hitam
6	Keripik Adifa	Desa Air Hitam
7	Keripik Cinta Zahra	Desa Dogang
8	Keripik Rimbun	Pekan Gebang

Sumber : Kantor Camat Gebang Tahun 2023

Salah satu usaha keripik yang sudah cukup besar dan terkenal di Langkat adalah Keripik Cinta milik bapak Suhendro S.Hi yaitu merupakan usaha yang bergerak dibidang cemilan yang telah berdiri sejak tahun 2008 atau sekitar 15 tahun lamanya. Usaha rumahan yang tergolong dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut ternyata mampu mengangkat perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar. Keberadaan Keripik Cinta sudah tidak asing lagi bagi masyarakat, para pengunjung dan setiap orang yang melintas di jalan raya Medan - Banda Aceh. Hal itu karena Keripik Cinta juga dijadikan sebagai tempat peristirahatan (*rest area*) bagi siapapun yang sedang dalam perjalanan. Keripik Cinta ini bahkan dijadikan sebagai salah satu makanan khas atau oleh-oleh yang berasal dari Kabupaten Langkat selain makanan dodol.

Usaha keripik Cinta milik bapak Suhendro S.Hi dikenal oleh masyarakat luas sebagai usaha keripik dengan pelayanan yang bagus dan ramah pada setiap pembeli maupun kepada pengemudi angkutan umum yang berhenti walau hanya untuk sekedar istirahat dari perjalanan jauh. Setiap mobil ataupun angkutan umum yang memberhentikan kendaraannya di kawasan keripik Cinta akan segera dilayani oleh petugas yang berjaga dan kemudian diberikan keripik dengan kemasan berukuran sekitar 150 gram sebanyak 2 buah. Selain itu, keripik Cinta juga menyediakan tempat makan gratis dengan menu seperti nasi, lauk pauk, teh dan kopi yang dapat dinikmati oleh siapapun tanpa terkecuali. Satu hal yang semakin membuat keripik Cinta ini terkenal adalah karena semua pengolahan dan rangkaian proses pembuatan keripiknya masih mempertahankan pengolahan secara tradisional yaitu mulai dari pengupasan bahan baku, penggorengan di tungku besar yang masih menggunakan kayu bakar, pengemasan dan lainnya yang dapat disaksikan jelas oleh semua pengunjung karena dapur memasaknya berada di belakang toko, sehingga hal tersebut membuat semua stok keripik yang disediakan akan selalu baru karena semua prosesnya langsung dilakukan dari dapur yang berada di belakang toko.

Keripik Cinta Mas Hendro memiliki aneka olahan keripik yang enak, gurih dan renyah dengan berbagai varian rasa maupun ukuran kemasan yang sangat beragam dengan harga yang relatif murah dan sangat terjangkau untuk bersaing dengan usaha keripik lainnya. Harga jual keripik Cinta Mas Hendro berkisar antara

Rp. 3.500 - Rp. 90.000 dengan ukuran yang sangat bervariasi yaitu mulai dari 100 gr - 1 Kg. Pemasaran keripik ini selain dilakukan secara *offline* juga dipasarkan secara *online* melalui *e-commerce* agar dapat menjangkau peminat yang lebih jauh seperti di luar daerah.

Keputusan pembelian merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut pasti akan menjadi bahan pertimbangan bagi suatu perusahaan dalam menentukan bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dalam mengembangkan usaha yang telah dijalankan. Pada saat memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen pasti akan mempertimbangkan beberapa faktor yang ada, misalnya yang digunakan pada penelitian ini yaitu citra merek, kualitas produk dan selera konsumen.

Berdasarkan hal demikian dapat dilihat bahwa setiap konsumen pasti akan memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan proses pembelian, sehingga belum tentu semua faktor yang telah disebutkan akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian pada suatu produk. Penelitian ini dilakukan agar suatu perusahaan dapat mengetahui variabel mana yang paling mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dengan adanya hal tersebut akan membuat perusahaan lebih memahami upaya yang dapat dilakukan dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang efektif dengan bauran pemasaran yang paling tepat dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena alasan tersebut peneliti akhirnya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Mas Hendro di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah citra merek, kualitas produk dan selera konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik Cinta Mas Hendro di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan selera konsumen terhadap keputusan pembelian Keripik Cinta Mas Hendro di Desa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan juga pengetahuan tentang analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan selera konsumen terhadap keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan mampu memberi manfaat sebagai sumber data atau acuan untuk melakukan penelitian sejenis yang lebih kompleks.
4. Bagi pihak usaha keripik Cinta Mas Hendro, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai bahan informasi dan juga masukan yang berarti dalam mengembangkan usaha yang telah dijalankan terkait dengan keputusan konsumen dalam membeli Keripik Cinta.