

Bab 1

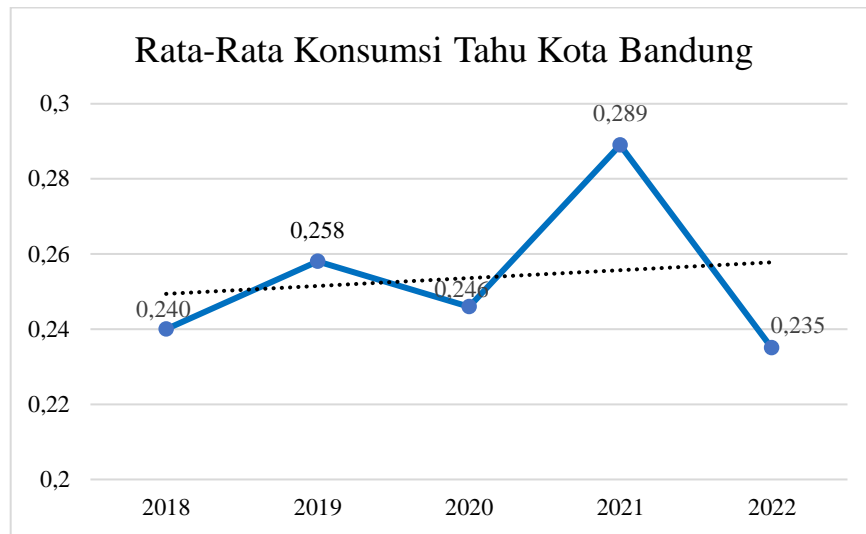
Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan perindustrian semakin meningkat setiap tahun. Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan akan meningkatkan persaingan dalam melakukan penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Penjualan yang dilakukan berkaitan erat dengan pemasaran yang dimana merupakan proses perusahaan dalam mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan serta untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Terlebih dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, seringkali pelanggan memilih produk dengan cara yang selektif untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya.

Setiap pelanggan memiliki keinginan dan kebutuhan yang unik dari produk yang dijual oleh perusahaan, dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut, hal ini dapat mempermudah perusahaan untuk mampu bertahan dan bersaing secara efektif dengan pesaingnya dan membuat pelanggan lebih tertarik pada produk perusahaan. Selain itu untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai bagi mereka, menjalin hubungan yang kuat, dan menghadirkan produk dengan nilai yang unggul kepada pelanggan, dengan adanya hal ini akan memaksimalkan keuntungan yang didapat dari pelanggan.

Industri makanan merupakan salah satu sektor yang selalu dibutuhkan oleh pelanggan. Perusahaan tahu sutra merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang industri makanan khususnya dalam pembuatan produk makanan yaitu tahu. Tahu yang diproduksi terdapat dua jenis yaitu tahu putih dan tahu kuning. Tahu yang diproduksi oleh perusahaan ini memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri yang dapat membedakan dengan produk tahu pada umumnya, karena terdapat perbedaan dalam proses pengolahan pembuatan tahu tersebut sehingga hasil dari pembuatan tahu memiliki tekstur lembut ketika dimakan.



Gambar 1.1 Data BPS Rata-Rata Konsumsi Tahu Kota Bandung

Sumber: www.bps.go.id (diakses, Mei 2023)

Pada gambar 1.1 berdasarkan data BPS menunjukkan hasil pelanggan dalam mengkonsumsi tahu di Kota Bandung memiliki permintaan pasar yang meningkat. Hal ini, akan menyebabkan perusahaan meningkatkan kualitas produk, membuat dan menghadirkan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, keinginan adalah bentuk dari kebutuhan manusia yang dipengaruhi oleh budaya dan karakteristik pribadi (individu), sedangkan kebutuhan adalah kondisi dari perasaan kekurangan [1]. Penelitian ini dilakukan, untuk mempertahankan kondisi penjualan perusahaan, dengan adanya persaingan perusahaan memungkinkan terjadinya penurunan penjualan. Hal ini ditandai dengan rata-rata penjualan produk tahu setiap hari jika dirata-ratakan pada setiap bulannya berubah-ubah. Selama periode April hingga Juni 2023, rata-rata penjualan produk tahu untuk setiap harinya mencapai 131 papan pada bulan April, 139 papan pada bulan Mei, dan 132 papan pada bulan Juni. Oleh karena itu, untuk mempertahankan penjualan yang ada maka harus dilakukan penelusuran tentang keputusan pembelian pelanggan, yang dilihat dari sejauh mana pengaruh pelanggan dalam memutuskan pembelian, yang dapat dilihat dari faktor penentu keputusan pembelian. Perusahaan belum mengetahui faktor apa saja yang menjadi penentu keputusan pembelian. Keputusan pembelian dari pelanggan

merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kapasitas penjualan yang terjadi pada perusahaan. Terdapat nilai-nilai dari pelanggan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas dan nilai fungsional [2]. Pada akhirnya untuk dapat mencapai keinginan dan kebutuhan pelanggan perusahaan tahu sutra harus mengetahui skala prioritas fokus perhatian pada faktor yang menentukan keputusan pembelian apakah salah satu atau semua faktor keputusan pembelian. Dengan adanya penelitian keputusan pembelian diharapkan bisa mengetahui serta menemukan faktor yang menjadi prioritas pelanggan dalam membeli produk di perusahaan tahu sutra. Berdasarkan permasalahan diatas maka, penelitian ini diberikan judul, **“Pengaruh Nilai Emosional, Sosial, Kualitas, Dan Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tahu Di Perusahaan Tahu Sutra Aslina DA’BE’DA”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dibawah ini terdapat identifikasi permasalahan yang akan dijelaskan dalam penelitian:

1. Bagaimana pengaruh parsial variabel nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional terhadap keputusan pembelian?
2. Bagaimana usulan prioritas pengaruh penentu keputusan pembelian?

1.3. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan penyusunan laporan penelitian ini:

1. Menentukan pengaruh parsial variabel nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional terhadap keputusan pembelian.
2. Usulan prioritas pengaruh penentu keputusan pembelian.

1.4. Batasan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa batasan penelitian:

1. Metode sampling menggunakan teknik *sampling Insidental*
2. Pengambilan data penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut adalah struktur penulisan dilakukan dalam penyusunan laporan penelitian:

Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan berisikan apa yang melatarbelakangi penelitian tugas akhir, latar belakang mencakup alasan dan dasar landasan dari pembuatan laporan penelitian. Identifikasi masalah membahas berbagai masalah apa saja yang diangkat dan diselesaikan pada laporan penelitian ini. Tujuan mencakup suatu target yang harus dicapai dengan bantuan penelitian. Serta batasan penelitian mencantumkan batasan serta asumsi yang dibuat selama penelitian. Dan penjelasan sistematika penulisan yang merinci susunan penulisan yang digunakan dalam menghasilkan laporan tugas akhir.

Bab 2 Landasan Teori

Penggunaan teori merupakan bagian dari landasan teori yang membantu mengarahkan penyelesaian laporan ini, membahas kemajuan alur pemikiran, proses perkembangan intelektual dalam topik yang dibahas. Serta mencakup penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan isu yang dijadikan dasar kajian saat ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Berisikan *flowchart* pemecahan masalah yang mencakup seluruh tahapan dalam penyusunan laporan penelitian ini. Serta berisikan tentang susunan dan langkah-langkah proses pengerjaan pemecahan masalah pada penelitian ini dari awal hingga mendapatkan sebuah kesimpulan dan dapat menghasilkan sebuah solusi untuk permasalahan yang ada.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bagian ini menyajikan detail pelaksanaan penelitian, pengumpulan data yang mencakup nama dan sejarah perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan yang diambil dari perusahaan, hasil pengamatan, dan pengolahan data yang melibatkan uji reliabilitas, uji validitas, dan analisis menentukan rata-rata dari setiap variabel,

uji tentang normalitas dan multikolinearitas, menguji regresi linier berganda pada data meliputi koefisien determinasi, dan uji t.

Bab 5 Analisis

Bagian ini menguraikan analisis data yang telah diolah dalam pembahasan, dengan mengambil poin-poin penting yang menjadi tujuan dari penelitian laporan ini.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab 6 ini mencakup hasil kesimpulan yang didapat setelah menganalisis data dalam penelitian, serta rekomendasi diberikan kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi.