

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (national) maupun di pasar internasional/global. Berbagai upaya dilakukan perusahaan agar bisa memiliki daya tarik yang kuat tertancap dipikiran konsumen dan pada akhirnya dapat meraih pangsa pasar yang luas, sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lain.

Kualitas merupakan keseluruhan ciri atau sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2016: 49). Kurangnya perhatian terhadap penelitian konsumen sudah disadari sejak dahulu. Hal ini terlihat dari para pemasar yang lebih memfokuskan bagaimana caranya memproduksi dan memasarkan produksinya saja. Para pemasar kurang memperhatikan bagaimana sebenarnya reaksi dari konsumen atau pembeli yang mengkonsumsi produk tersebut. Bila konsumen atau pembeli merasa tertarik pada suatu produk saat itu konsumen hanya dapat mengkonsumsi produk tanpa dapat memberikan tanggapan yang dirasakannya dari produk tersebut.

Mengenai perilaku konsumen itu tidaklah mudah, kadang adanya ungkapan berterus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara mendalam, sehingga mereka sering breaksi untuk mengubah pikiran pada

menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian, karena itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilakunya dalam berbelanja (Setiadi, 2015).

Untuk itu agar bisa bertahan dalam persaingan yang semakin ketat maka mempertahankan pelanggan menjadi syarat mutlak yang harus dilakukan. Jika perusahaan menambah pelanggan baru dengan mengorbankan atau hilangnya pelanggan lama maka ini menunjukkan bisnis yang dijalankan belum bagus dan pada hakekatnya tidak tumbuh, bahkan kondisi ini justru akan mengancam stabilitas bisnis suatu produk. Syarat yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Setiadi, 2015).

Manusia banyak sekali memiliki kebutuhan yang merupakan suatu perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Kebutuhan setiap individu terhadap produk berbeda-beda, kebutuhan wanita lebih banyak dibandingkan dengan pria, sehingga konsumen wanita seringkali menjadi target pemasar untuk menawarkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Seperti alat-alat kecantikan sampai hal yang paling pribadi yakni pembalut. Pembalut merupakan produk yang sangat dibutuhkan bagi wanita yang sudah mengalami fase pubertas.



Di Indonesia banyak sekali pilihan produk pembalut wanita diantaranya, charm, Lurier, Softex, Kotex, dan masih banyak lainnya. Perkembangannya produk-produk pembalut ini menjadi peluang bagi PT. Avail Elok Indonesia untuk masuk pada sektor bisnis ini dengan menawarkan pembalut yang berbeda dengan produk pembalut lainnya. PT. Avail Elok Indonesia menawarkan produk

pembalut dengan ekstrak herbal didalamnya. Pembalut ini memiliki beberapa jenis yaitu pembalut untuk beraktivitas pada siang hari, malam hari dan pantyliner.

Produk-produk PT. Avail Elok Indonesia yang dikenal dengan Avail FC Bio Sanitary Pad ini memang kurang familiar, karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan terbatas pada media komunikasi seperti internet, WOM (*Word Of Mouth*) dan brosur. Jangkauan distribusi pada pembalut ini pun juga terbatas tidak bisa di dapatkan di minimarket ataupun warung kecil, pembalut ini dapat ditemukan hanya di apotek, supermarket, atau agen.

Harga produk pembalut wanita ini memang lebih mahal dibandingkan dengan pembalut biasa, karena memiliki kandungan yang berbeda dibandingkan dengan produk pembalut wanita biasa. Selain mengobati gangguan penyakit kewanitaan pembalut herbal ini juga berfungsi melancarkan datang bulan, membuang angin, mencegah timbulnya kista, kanker, tumor, dan sebagainya. Dan perbandingan pembalut biasa dengan pembalut herbal dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Jenis Produk dan Harga Avail FC Bio Sanitary Pad**

Nama Produk	Harga dan Isi kemasan
Pantyliner 	1 pack (isi 20 pcs) Harga = Rp. 30.000/bungkus
Pembalut Day Use 	1 pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 34.000/bungkus
Pembalut Night Use 	1 pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 37.500/bungkus

Sumber : [avail.pembalutherbal.com](http://avail.pembalutherbal.com),2019

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa produk ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk pembalut biasa seperti bahan material yang ada pada produk ini adalah terbuat dari 100% kapas sedangkan pada pembalut biasa bahan material terbuat dari kertas bekas atau serbuk kayu.

**Tabel 1.2 Perbandingan pembalut biasa dengan Avail FC Bio Sanitary Pad**

<b>Perbandingan</b>	<b>Pembalut Biasa</b>	<b>FC Bio Sanitary Pad</b>
Teknologi	Biasa	Bio-Teknologi
Deorized	Tidak ada	Ada (Nyaman)
Rasa	Panas setelah lama dipakai	Sejuk, nyaman dan tidak ada rasa gatal
Material	Kertas bekas atau serbuk kayu	100% cutton (kapas)
Nilai Ph	Acid (asam)	Netral, sehingga menghindari kesensitifan kulit
Bleaching	Mengandung zat pemutih florescence dan zat dioxin yang menyebabkan kanker rahim, kanker payudara, kista, dll	Tidak ada
Kandungan atau Fungsi	Untuk menahan kebocoran saja	Menahan kebocoran, antiseptik, mengandung herbal, mengatasi masalah wanita
Hak Paten	Tidak ada	Hak paten selama 20 tahun
Polis Asuransi	Tidak ada	Ada (8 milyar rupiah)
Daya serap	1x	3x dari pembalut biasa dan cepat

Sumber: <http://www.avalelok.co.id>, 2019

Konsumen membuat banyak keputusan untuk membeli setiap harinya. Bagi konsumen produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka akan dipilih atau dibeli. Sebelum melakukan pembelian biasanya konsumen memperhatikan kualitas produk dari informasi yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui apakah kualitas Produk Avail memberikan pengaruh kepada konsumen sehingga memutuskan

untuk melakukan pembelian meskipun harga yang ditawarkan produk ini juga lebih mahal dibandingkan dengan pembalut biasa. Maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai “Pengaruh Kualita Produk Terhadap Keputusan Konsumen di Kabupaten Banjar untuk Membeli Produk PT.Avail Elok Indonesia.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Avail pada konsumen di Kabupaten Banjar ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk Avail pada konsumen di Kabupaten Banjar ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara simultan maupun terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Kabupaten Banjar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial maupun terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Kabupaten Banjar.

#### **D. Signifikan Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperdalam pengetahuan mengenai kualitas Produk Avail terhadap keputusan pembelian konsumen.

##### 2. Secara Manfaat

- a. Peneliti dapat memperdalam pengetahuan mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap Produk Avail.
- b. Konsumen bisa mengetahui manfaat Produk Avail tersebut
- c. Informasi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian berupa secara lebih mendalam dari sudut pandang yang berbeda.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menjelaskan arti judul, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-cirinya. Kualitas produk disini adalah kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap Produk Avail di Kabupaten Banjar.
2. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. (P. Kotler & Armstrong,

2010) Produk yang dimaksud disini adalah Produk Avail yang akan digunakan pada saat lagi membutuhkan.

3. Produk Avail yang diteliti yaitu pembalut Avail Pantiliner adalah untuk pemakaian sehari-hari untuk kenyamanan, perawatan, dan pengobatan. Pembalut Avail Day Use adalah pembalut untuk pemakaian siang hari, sedangkan pembalut Avail Night Use adalah pembalut wanita untuk pemakaian malam hari,
4. Konsumen adalah pemakai produk, pembeli produk. (Chulsum & Novia, 2016) Yang di maksud peneliti adalah konsumen dari pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar.
5. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling di sukai dan membentuk beberapa sub keputusan (merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran) dalam melaksanakan pembelian (Philip Kotler & Keller, 2009). Keputusan pembelian disini adalah keputusan pembelian terhadap konsumen yang telah memilih Produk Avail.

## **F. Hipotesis Penelitian**

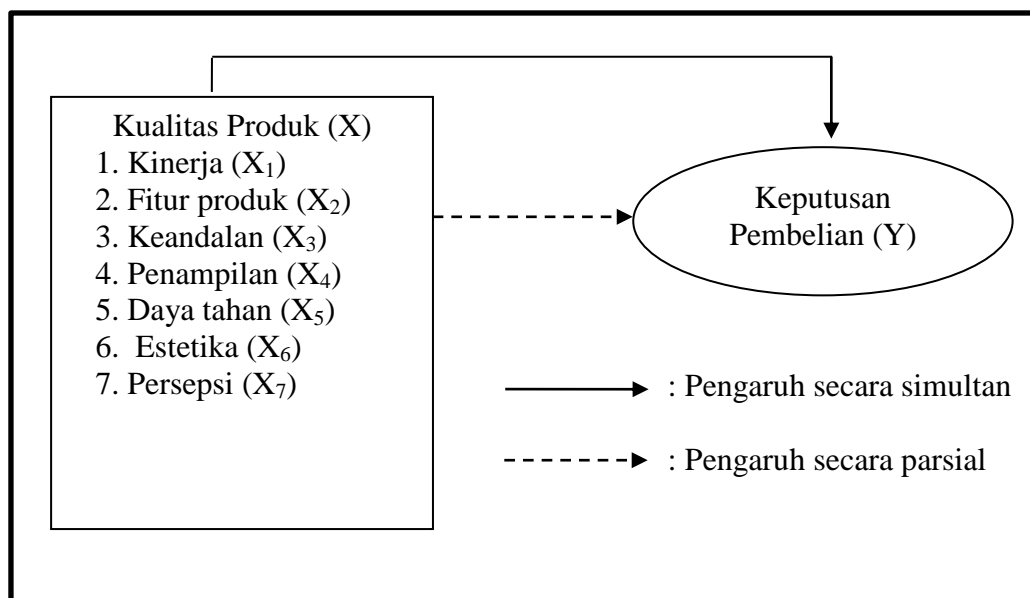
Hipotesis adalah sebuah dugaan awal mengenai sekumpulan populasi. Data yang sudah didapatkan kemudian diuji untuk memeriksa apakah data yang sudah diuji tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan di awal. Dalam analisis statistik, kita membuat sebuah pernyataan, menyatakan hipotesis, mengumpulkan data, kemudian menguji data tersebut (Lind, 2016).

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Avail di Kabupaten Banjar.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Avail di Kabupaten Banjar.

### G. Kerangka Pemikiran

Produk memiliki delapan dimensi kualitas yaitu, kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, persepsi kualitas . Untuk menjelaskan jalan pemikiran ini, penulis telah menyusun kerangka pikiran sebagai berikut:



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## H. Kajian pustaka

Penulis melakukan penelaahan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang pengaruh kualitas produk avail terhadap keputusan pembelian masyarakat di kabupaten Banjar. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

1. Firman, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Siswa MAN 2 Model Banjarmasin Pada Produk Simpanan Pelajar iB (SimPel iB) BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yaitu dimensi *performance, features, reability, conformance to specification, durability, serviceability, asthetic dan perceived quality* secara simultan dan parsial terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SamPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, dimensi yang paling dominan mempengaruhi kualitas produk dari tinjauan ekonomi islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini berlokasi di Madrasah Aliyah Negeri 2 Model Banjarmasin, Kecamatan Banjar Timur. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS 22 for windows*. Melalui analisis kuantitatif, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: pertama, variabel bebas dalam penelitian dalam penelitian ini terdiri dari dimensi Kinerja ( $X_1$ ), Fitur produk ( $X_2$ ), Keandalan ( $X_3$ ), Penampilan ( $X_4$ ), Daya tahan ( $X_5$ ), Pelayanan ( $X_6$ ), Estetika ( $X_7$ ), dan Persepsi ( $X_8$ ). Secara simultan berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2

Model Banjarmasin pada produk SamPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana nilai  $F_{\text{terhitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $5,959 > 2,04$ ) dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sedangkan secara parsial hanya ada satu dimensi yang berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SimPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu dimensi *perceived duality* ( $X_8$ ) hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2,296 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,66177 dan tingkat signifikan 0,024 lebih kecil dari 0,05. Kedua, dimensi yang paling dominan berpengaruh terhadap minat siswa MAN 2 Model Banjarmasin pada produk SimPel iB BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah dimensi *perceived quality* ( $X_8$ ) hal ini dapat dilihat dari uji t dari nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yaitu dimensi *perceived quality* ( $X_8$ ) sebesar 0,299 hal ini karena kualitas yang dirasakan konsumen merupakan kualitas produk yang terbentuk dari citra dan reputasi produk yang bersangkutan. Ketiga, kualitas produk SimPel iB menurut tinjauan ekonomi islam merupakan produk yang aman dan terhindar dari riba karena diproduksi atau dikeluarkan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang merupakan salah satu bank syariah yang menerapkan prinsip syariah.

2. Villicita Indah Faustina, Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Avail FC Bio Sanitary Pad di Bandar Lampung). Persepsi konsumen yang positif terhadap kualitas

produk akan merangsang perilaku konsumen sebelumnya akhirnya melakukan keputusan pembelian. Konsumen juga seringkali mempersepsikan bahwa produk dengan harga yang lebih mahal memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konsumen terhadap keputusan pembelian (Studi pada Produk Avail FC Bio Sanitary Pad di Bandar Lampung). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode analisis deskriptif, metode analisis statistik yang terdiri dari, analisis regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan, pengujian signifikan parsial, dan analisis determinasi. Pengujian analisis determinasi ( $R^2$ ) menyatakan nilai Adjusted R square sebesar 0,542 atau 54,2 %. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian kontribusi sebesar 54,2%, terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya 45,8% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Pengujian secara parsial (uji T) diketahui dimensi yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah dimensi realibility (X3), dan dimensi yang paling rendah pengaruhnya adalah dimensi features (X2). Pengujian secara simultan (uji F) diketahui bahwa variabel persepsi kualitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Avail FC Bio Sanitary Pad.

## **I. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari V (lima) bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pertama yang berisi bagian pendahuluan. Pada bab ini, penulis menjabarkan tentang latar belakang masalah yang melatari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis, definisi operasional yang menjelaskan beberapa definisi agar tidak terjadi kesalahan penafsiran judul, hipotesis penelitian, kerangka pemikiran penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan skripsi ini.

Bab II merupakan bab yang menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Bab ini berisi teori mengenai produk, klasifikasi produk, kualitas produk, proses keputusan pembelian dan keputusan pembelian.

Bab III merupakan bab yang meguraikan tentang metode penelitian yang digunakan. Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik pengolahan data dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang penyajian data hasil penelitian, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian. Poin yang akan dibahas pada penelitian ini ialah mengenai pengaruh kualitas produk dan keputusan pembelian.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian atas masalah yang diteliti serta saran kepada berbagai pihak termasuk kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.