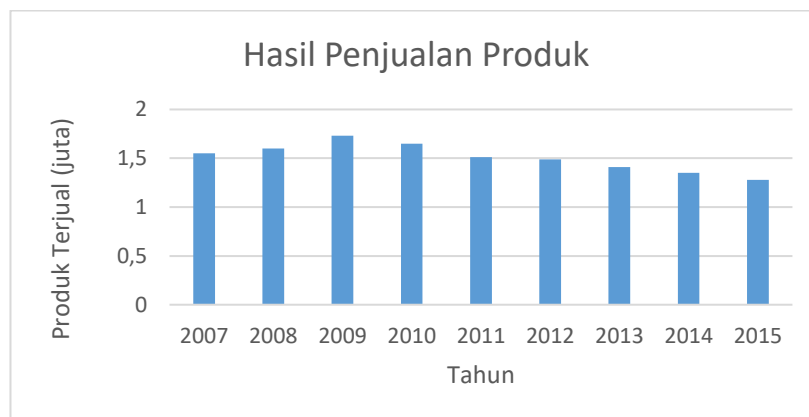


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pabrik es Dumpi Agung adalah perusahaan yang memproduksi es balok. Pabrik es Dumpi Agung lamongan mulai dirintis pada Mei 1995 dengan luas tanah sekitar 7000 M², pada bulan Juni tahun 1997 pabrik telah mulai berproduksi berdasarkan surat ijin No.460.01.35.13.5013/Nfi.I.1997 tanggal 20 November 1997. Pabrik es Dumpi Agung berlokasi di desa Dumpi Agung kecamatan Kembangbahu kabupaten Lamongan. Tempatnya jika dari pusat kota Lamongan menuju ke arah selatan sekitar 10 km atau lebih. Terletak persis di sebelah timur jalan utama penghubung kabupaten Lamongan dengan kabupaten Mojokerto. Lokasi ini dipilih karena banyak faktor yang telah diperhitungkan sehingga terpilih lah lokasi ini. Pabrik es Dumpi Agung pada saat awal produksi di tahun 1997 memiliki kapasitas terpasang sebesar 50 ton perhari. Untuk satu balok es mempunyai berat 25 kg dan 1 ton = 40 balok es berarti 50 ton = 2000 balok es. Sampai saat ini kapasitas terpasang produksi es nya mencapai 150 ton es perhari. Wilayah pemasaran produk baru sampai ke Sembayat, Ujung Pangkah, Kranji, Paciran, Brondong. Es balok ini nantinya akan digunakan oleh nelayan ikan untuk mendinginkan hasil tangkapannya, oleh petani tambak untuk hasil ikan di tambaknya, ataupun untuk pedagang es, dan juga pada agen-agen untuk dijual eceran. Pabrik es Dumpi Agung memproduksi es baloknya berdasarkan pesanan yang masuk dari pelanggan. Berikut merupakan data hasil penjualan pertahun yang berhasil dihimpun.



Gambar 1.1 Diagram hasil penjualan produk

Dari diagram di atas terlihat semakin turunnya penjualan dari pabrik es sehingga profit menurun. Maka penelitian ini ditujukan untuk menganalisis keputusan pembelian diolah dengan menggunakan metode regresi logistik. Sehingga dapat diusulkan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil pengolahan regresi logistik. Dengan variabel terikatnya (Y) adalah keputusan pembelian dan variabel bebasnya (X) adalah harga (X_1), kualitas produk (X_2), cara penjualan (X_3), bentuk produk (X_4) dan distribusi (X_5).

Beberapa variabel bebas yang diteliti disini diambil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kartika Anggraini, dkk tahun 2014, menghasilkan kesimpulan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Aceh. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Khilmi Novita Sari, dkk tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa kualitas dan desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Teh Javana. Penelitian yang telah dilakukan Ricky Martjiono, dkk tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa promosi dan cara penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kakk, Ayam Geprek!!!.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah disebutkan di atas maka dapat ditarik simpul masalah yang akan diselesaikan pada penelitian kali ini ialah, bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan cara penjualan, bentuk produk, dan distribusi terhadap keputusan pembelian es balok ?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat latar belakang yang telah dipaparkan dan berdasarkan perumusan masalah yang ingin dipecahkan melalui penelitian ini, tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan cara penjualan, bentuk produk, dan distribusi terhadap keputusan pembelian es balok.

2. Menganalisis faktor yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pembelian es balok.
3. Membuat rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil yang didapatkan untuk pabrik es Dumpi Agung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang dilakukan dapat diketahui manfaat apa saja yang akan di dapatkan dalam keberhasilan penelitian ini, yaitu:

1. Dapat mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, cara penjualan, bentuk produk, dan distribusi terhadap keputusan pembelian es balok.
2. Untuk evaluasi pemasaran di pabrik es Dumpi Agung Lamongan.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat ruang lingkup yang telah direncanakan yang akan membentuk batasan-batasan dari penelitian ini, karena banyaknya masalah yang ada pada obyek penelitian maka dibutuhkan sebuah batasan agar penelitian dapat terfokus. Maka batasan masalah pada penelitian ini ialah responden yang didata hanya pada ruang lingkup pemasaran kabupaten Lamongan saja.

1.6 Asumsi klasik

Dalam menggunakan metode analisis regresi logistik terdapat beberapa asumsi klasik yang berlaku. Berikut beberapa asumsi klasik berikut :

1. Tidak menggunakan homokedastisitas
2. Variabel independen tidak memerlukan asumsi *normality multivariate*