

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumsi rokok Indonesia, dikategorikan sebagai negara dengan konsumsi rokok terbesar kelima sampai ketiga di dunia. Mencapai 250 miliar batang penjualan pada tahun lalu, sementara produksinya mencapai 270 miliar batang dengan nilai cukai Rp85 triliun juga pada tahun lalu.

(http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2013/01/130107_newtobacco_bisnis)

Pada era globalisasi salah satu dampak dari majunya dunia usaha adalah meningkatkan persaingan antar pelaku usaha tersebut. Konsekuensinya memaksa perusahaan-perusahaan untuk mencari berbagai cara guna meningkatkan daya saing sehingga dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Upaya efisiensi kelangsungan usaha harus terus ditingkatkan dengan mempertahankan kualitas produk dan juga pemasarannya. Hal ini perusahaan harus berinovasi dengan segala hal apa yang dibutuhkan maka ini menjadi syarat bagi produsen untuk mempertahankan konsumen.

Pemasaran memiliki tujuan untuk aktivitas yang sudah direncanakan diantaranya dengan mempengaruhi calon pembeli supaya dapat membeli produk tersebut. Pemasar harus bisa memahami konsumen untuk mengetahui apa saja selera dari konsumen sesuai dengan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan. Dalam pemasaran pengambilan keputusan konsumen sangat penting karena itu bisa mengukur dan menafsirkan perilaku konsumen. Pada target pasar yang akan dituju.

Sehingga setiap perusahaan menentukan strategi masing-masing untuk mencapai hasil yang maksimal.

Strategi yang diciptakan salah satunya yaitu kualitas produk. Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Diana (2003: 27) kualitas produk terdiri dari Kinerja (*performance*), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), Keandalan (*reliability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), Daya tahan (*Durabiity*), *Serviceability*, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Selanjutnya produsen harus lebih peka apa yang diminta dengan apa yang dibutuhkan konsumen yaitu dengan memberikan dan menghasilkan produk yang memuaskan konsumen sehingga konsumen mempunyai alternatif untuk memilih suatu produk sebelum mengambil keputusan dengan adanya produk yang ditawarkan tersebut. Menurut Engel *et al* dalam Sangadji dan Sopiah (2006) pengertian perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Karena hal ini dapat memberikan peluang bagi produsen dalam perencanaan strategi pemasaran sehingga produsen dengan mudah mencapai target dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan. Selain memperhatikan kualitas dan keputusan pembelian produsen juga harus memperhatikan aspek harga sehingga konsumen merasakan puas dengan dan menjadi loyal terhadap suatu produk tersebut.

Harga merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan dan meningkatnya pelanggan dan harga juga berpengaruh terhadap keputusan

pembelian. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2011:203) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan (Wijaya, 2011:11). Setiap perusahaan selalu menciptakan inovasi dan desain yang baru untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

Seperti halnya rokok, para produsen terus bersaing memproduksi rokok sesuai dengan selera konsumen. Di Kabupaten Pamekasan terdapat berbagai macam produk rokok. Produksi rokok salah satunya yaitu pada Rokok Surya Alami. Data penjualan pada rokok Surya Alami sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan pada Rokok Surya Alami
bulan Januari /September 2016

No.	Bulan	Penjualan/ batang
1.	Januari	90.000
2.	Februari	36.000
3.	Maret	36.000
4.	April	42.000
5.	Mei	90.000
6.	Juni	61.200
7.	Juli	54.000
8.	Agustus	90.000
9.	September	108.000

Sumber : Data Rokok Surya Alami

Rokok Surya Alami merupakan salah satu produk Rokok lokal yang ada di Desa Duko Timur Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Sehingga rokok Surya Alami mampu bersaing dengan rokok nonlokal lainnya. Rokok Surya Alami merupakan salah satu jenis rokok filter, dalam penelitian ini data penjualan rokok Surya Alami mengalami fluktuasi.

Dari hasil pengamatan perusahaan rokok Surya Alami, bahwa perusahaan hanya memproduksi berdasarkan pengalaman masa lalu sehingga terkadang mengalami fluktuasi pada bulan tertentu. Sehingga pada bulan tertentu mengalami penurunan disebabkan karena harga. Hal ini jika dibandingkan dengan rokok nonlokal seperti halnya rokok Oepet, Turbo dan Sukun dengan harga yang lebih mahal sehingga pada umumnya konsumen memilih rokok yang lebih mahal karena pada umumnya persepsi yang sering berlaku adalah bahwa yang mahal akan mencerminkan kualitas yang tinggi (Setiawan, 2016). Sedangkan pada bulan September mengalami kenaikan disebabkan karena perusahaan itu sendiri mempunyai kebijakan agar mampu mencapai target itu sendiri.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Alami?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Alami?
3. Variabel manakah yang lebih besar berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok Surya Alami?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Surya Alami.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rokok Surya Alami.
3. Untuk mengetahui variabel yang lebih besar mempengaruhi keputusan pembelian rokok Surya Alami.

1.4 Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti
 - a. Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di perkuliahan dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan akurat.
 - b. untuk memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis.
 - c. Dapat mensosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.
 - d. Mengetahui dan menganalisis.
2. Bagi teoritis.

Menambah wawasan, pengalaman kepada teoritis serta variabel kualitas produk dan harga.
3. Manfaat praktis

Mempunyai manfaat bagi perusahaan tentang kualitas produk dan harga.