

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makintajamnya persaingan khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing yang menarik dalam pemasaran. Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan pelayanan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain.

Pentingnya memahami peranan minat beli konsumen bagi produsen atau perusahaan adalah merupakan faktor penting yang harus dipenuhi, karena minat beli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, dalam menentukan minat beli konsumen pihak perusahaan hendaklah menentukan dan memberikan beberapa pilihan alternatif pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Karena konsumen sebagai pengguna akhir dari produk yang dihasilkan produsen akan menilai secara detail mengenai produk yang akan dibeli dan digunakan.

Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Karena konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah

dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut.

Adapun masalah yang terdapat pada harga yang berkaitan dengan perusahaan yaitu penetapan harga yang tidak sesuai yang ditawarkan oleh perusahaan, karena harga yang ditawarkan perusahaan terlalu mahal dan tidak dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Tidak hanya itu harga yang ditawarkan oleh perusahaan juga tidak sesuai dengan manfaat atau hasil yang diberikan, sehingga konsumen tidak lagi memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan mereka.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen maka akan timbul persepsi ketertarikan pada suatu produk sehingga akan menimbulkan minat beli konsumen. PT. Kharisma Graha Jaya Medan selalu mengutamakan kualitas produk untuk menarik minat beli konsumen sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan. Kualitas produk tersebut mencakup kualitas bahan-bahan bangunan yang digunakan, struktur tanah, lokasi yang strategis, dan lain-lain.

Masalah yang terdapat pada kualitas produk perusahaan dapat di ketahui dari kehandalan perusahaan itu sendiri, yang mana kehandalan atau kelebihan perusahaan tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Hal dapat dilihat dari kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan yang tidak sesuai dengan persepsi konsumen, tidak hanya itu kurangnya daya tarik yang terdapat pada perusahaan juga mempengaruhi konsumen dalam memilih perusahaan sebagai perusahaan yang mereka pilih sebelum menentukan keputusan pembelian.

Minat beli seseorang dalam membeli produk dapat dilihat dari kecenderungan orang tersebut untuk melakukan pembelian produk, kecenderungan seseorang untuk merekomendasi produk kepada orang lain, Minat seseorang dalam mencari informasi produk, daya saing harga produk, kesesuaian dengan manfaat produk. Kemudian indikator kualitas produk adalah kehandalan produk, daya tahan produk dan daya tarik produk.

Masalah pada perusahaan yang berkaitan pada minat beli konsumen dalam perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan seseorang konsumen yang semakin berkurang. Berdasarkan hal tersebut menyebabkan konsumen untuk tidak memberikan rekomendasi yang berkaitan dengan kualitas produk dan penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan kepada orang lain. Sehingga akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan pilihan mereka pada perusahaan yang akan mereka beli.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan”**

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh parsial terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap minat beli konsumen pada PT. Kharisma Graha Medan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis khususnya mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen
2. Bagi perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan minat beli konsumen melalui harga dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan
3. Bagi peneliti lain diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya di masa-masa mendatang
4. Bagi akademisi, bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu pemerintahan dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap kinerja karyawan dengan permasalahan gaya kepemimpinan pada birokrasi pemerintahan