BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan-perusahaan melakukan inovasi terhadap produknya. Tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan mencari strategi pemasaran yang tepat agar produk tersebut diminati masyarakat. Konsumen merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus membuat produk terbaik yang memenuhi selera konsumen yang selalu berubah.

Penjualan suatu produk dipengaruhi seberapa banyak keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Semakin banyak keputusan pembelian produk oleh konsumen, maka semakin meningkatkan penjualan produk dan menguntungkan perusahaan. Minuman cokelat memiliki berbagai manfaat bagi tubuh. Manfaat minuman cokelat seperti menurunkan tekanan darah, kandungan anti oksidan yang dapat mengurangi pembentukan radikal bebas dalam tubuh. Terdapat beberapa produk minuman cokelat di Indonesia salah satunya adalah Delfi Hot Cocoa. Produk Delfi Hot Cocoa merupakan produk berkualitas yang dibuat dengan bahan berkualitas yang berasal dari lokal dan impor.

Delfi Hot Cocoa merupakan minuman cokelat instant yang diproduksi oleh PT. Ceres, pabrik tersebut memproduksi olahan kakao yang berlokasi di Bandung. Delfi Hot Cocoa banyak dijual di berbagai supermarket di Indonesia. Namun tidak seluruh konsumen di Kota Medan khususnya konsumen di Wilayah

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Glugur Kota yang mengetahui keberadaan Delfi Hot Cocoa. Hanya beberapa supermarket yang menjual Delfi Hot Cocoa seperti Indomaret, Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan merupakan salah satu dari dari unit usaha Maju Bersama Grup. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan berlokasi di Jalan Yos Sudarso Medan. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan merupakan salah satu supermarket besar di wilayah Glugur kota. Delfi Hot Cocoa dapat diperoleh di bagian minuman instant di dalam supermarket tersebut. Penjualan Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan mengalami penurunan omzet penjualan dibandingkan dengan produk minuman lainnya.

Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh harga, kualitas produk atau faktor-faktor lain yang mempengaruhi penurunan pembelian produk Delfi Hot Cocoa oleh Konsumen Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan".**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?

3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan suatu manfaat positif baik langsung maupun tidak langsung yang berguna bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna dalam pengembangan strategi pemasaran produk kepada pihak produsen Delfi Hot Cocoa yakni PT Ceres dan Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

   Menambah dan melengkapi bahan referensi dan literatur bagi mahasiswa lainnya di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Bagi Akademik

   Sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berikutnya, menambah pengetahuan dan penerapannya di bidang manajemen pemasaran.