

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi Tingkat pertumbuhan ekonomi menunjukkan persentase kenaikan pendapatan nasional riil pada suatu tahun tertentu dibandingkan dengan pendapatan nasional riil pada tahun sebelumnya. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi maka semakin cepat proses penambahan output wilayah sehingga prospek perkembangan wilayah semakin baik. Dengan di ketahuinya sumber-sumber pertumbuhan ekonomi maka dapat ditentukan sector prioritas pembangunan.

Ketertarikan konsumen Pronojiwo terhadap makanan ringan masih terus bertumbuh. Hal ini didukung dengan pertumbuhan kinerja industri makanan yang signifikan dalam beberapa bulan terakhir. Industri makanan ringan di Pronojiwo sendiri juga menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Dari awal tahun setelah covid19, atau pada tahun 2022, pertumbuhan produk keripik salak pondo dapat berkembang dengan pesat. Hal ini dikarenakan banyaknya UMKM yang memproduksi keripik salak pondo di daerah Pronojiwo. Ini dapat menumbuhkan tingkat perekonomian di desa Pronojiwo dengan sangat baik

Dalam era bisnis saat ini, tingkat persaingan usaha di Pronojiwo sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Salah satu bisnis usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis produk keripik salak. Keputusan pembelian konsumen menjadi peran penting dalam keberhasilan

dari sebuah usaha. Keputusan pembelian merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan kinerja produk dibandingkan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

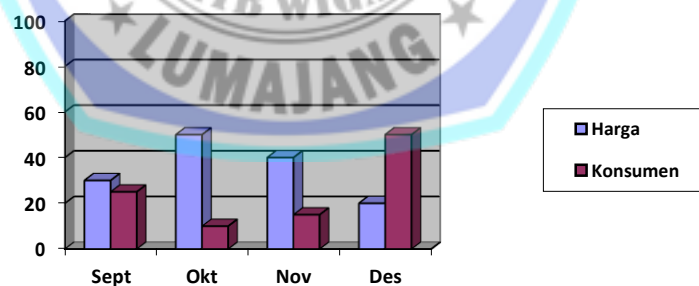
Salah satu hal yang menentukan keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Hal ini sangat di perhatikan oleh masyarakat Pronojiwo. Ini dapat menjadikan keputusan pembelian konsumen terhadap produk keripik salak pondo. Pada perusahaan keripik salak pondo di toko bangkit ini, banyak masyarakat yang belum puas dengan kualitas produk yang diberikan, karena produk keripik salak pondo pada perusahaan toko bangkit ini tidak dapat di konsumsi dengan jangka waktu yang lama. Hanya bisa di konsumsi dengan jangka waktu berkisar 2 minggu saja. Ini menjadi perhatian khusus kepada warga Pronojiwo, karena banyak produk keripik salak pondo yang sebenarnya sangat di gemari oleh warga masyarakat Pronojiwo.

Penetapan harga jual dan kualitas produk akan sangat menentukan daya saing produk yang dihasilkannya agar mampu bersaing dengan produk yang lainnya. Salah satu indikator dalam dari keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk adalah volume penjualan yang mampu dicapai oleh perusahaan Produk keripik Salak di Toko Bangkit.

Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga yang pas dengan produk yang telah di produksinya. Jika harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kualitas produknya, maka konsumen akan enggan untuk membeli. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang

atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Fenomena masalah pengaruh harga Pada toko bangkit Pronojiwo ini setelah kami teliti dapat diartikan bahwa pengaruh harga sangat relatif berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga juga termasuk tolak ukur sebagai landasan penyambung kepada konsumen dan produsen, sebagaimana bahwa untuk harga sendiri dinilai relatif sangat tinggi. Permasalahan harga tersebut merupakan karena adanya kualitas produk yang menurut pihak toko bangkit ini bagus namun menurut pihak konsumen jelek dan harganya pun terlalu mahal. Ini menjadikan produk keripik salak pondo di toko bangkit kurangnya peminat. Beberapa konsumen lebih memilih harga yang lebih tinggi tetapi berkualitas bagus dari pada harga yang murah tetapi kualitasnya buruk.



Gambar 1.1 Data harga penjualan produk keripik salak pondo

Fenomena masalah Kualitas produk merupakan jaminan dari suatu produk. Kualitas juga digunakan untuk meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Produk merupakan segala sesuatu

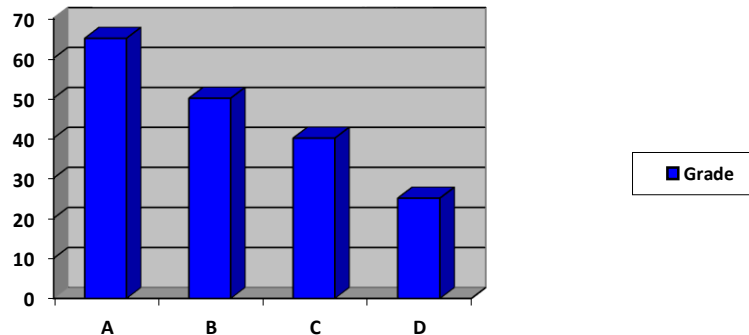
yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut Agus Arijanto, S.E,M.M. (2014:62) kegiatan produksi berarti membuat nilai manfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja. Sehingga kediatan produksi mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada waktu harga dan jumlah yang tepat.

Keragaman model produk bisa diartikan menjadi suatu barang yang mempunyai bentuk bermacam-macam. Fenomena masalah dari kualitas produk di perusahaan toko bangkit Pronojiwo dapat diartikan bahwa kualitas produk keripik salak pondo pada perusahaan toko bangkit ini masih mengalami kekurangan yang sangat signifikan.

Kualitas produk dari keripik Salak Pondo ini dari segi bentuk, warna, tekstur dan rasa sangat kurang untuk di nikmati oleh konsumen. Untuk dari segi bentuk sendiri terkadang produk keripik salak pondo ini relatif campur, maksudnya ada yang besar dan juga ada yang kecil. Sedangkan dari kalangan pihak konsumen sendiri mereka suka dengan bentuk yang besar dan teksturnya itu lembut. Namun pada perusahaan keripik salak pondo di toko bangkit ini, mereka masih memiliki kekurangan pada bentuk dan tekstur keripik salak pondo ini. Kekurangan ini yang akan dijadikan gambaran untuk saya peneliti dapat bisa mengangkat kasus apa yang harus dilakukan pada perusahaan keripik salak pondo di toko bangkit Pronojiwo ini. Adapun kekurangannya adalah dari bentuk rasa, karena ada rasa yang manis dan juga

ada rasa yang menurut para konsumen itu seperti asam. Ini menjadi landasan untuk meneliti fenomena masalah terhadap kualitas produk ini.



Gambar 1.2 data kualitas produk keripik salak pondo

Fenomena masalah Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilaksanakan pengusaha dalam aktivitasnya untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, supaya berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha dalam mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran di pengaruhi oleh beberapa factor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi menggunakan media facebook dan distribusi (*marketing mix*).

Agar berhasil dalam kondisi saat ini, diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi seluruh strategi yang dikembangkan oleh perusahaan toko bangkit ini melalui akun instagram dan facebook. Ini semua strategi pemasaran yang telah diterapkan di media sosial ini juga belum berkembang sangat pesat. Karena masih belum adanya followers yang banyak dan juga tidak adanya strategi khusus yang dibuat untuk strategi pemasaran pada dunia online ini.

Keripik salak pondo merupakan salah satu makan favorit yang banyak di gemari di belahan kota manapun. Kepraktisan dalam pembuatannya yang menjadikan makanan ini banyak di sukai, terutama di kota-kota seperti Lumajang pada umumnya. Menurut data survei 80% konsumsi keripik salak berasal dari kota Lumajang saja. Pola konsumsi keripik salak di lumajang ternyata tidak identik dengan kalangan bawah.

Makin besar pengeluaran rumah tangga, maka makin tinggi pula tingkat konsumsi keripik salaknya. Data yang disampaikan oleh pihak Kepala UMKM desa Pronojiwo kabupaten Lumajang tidak memberikan perincian merek keripik salak pondo yang paling banyak di beli oleh konsuemen. Hasil riset dari berbagai orang, merek keripik salak adalah keripik yang paling digemari di kabupaten Lumajang, Keripik salak merupakan salah satu makanan ringan yang paling banyak dibeli oleh konsumen menurut Ketua dari UMKM di desa Pronojiwo,

Keripik Salak Pondo adalah keripik hasil olahan buah salak pondo yang digoreng dengan cara khusus. Biasanya menggunakan mesin penggoreng hampa. Jika menggunakan cara penggorengan biasa yakni dengan



menggunakan kualiti atau wajan buah salak tidak akan menjadi keripik kerana buah akan rusak terkena suhu panas yang berlebihan. Dengan menggunakan mesin penggoreng hampa buah salak digoreng dengan suhu yang lebih rendah sekitar 50°-60 °C sehingga tidak merusak buah salak tersebut.

Keripik buah merupakan salah satu dari macam keripik buah yang diproduksi oleh Aneka Keripik khas dari Pronojiwo, dari jenis varian salak pondoh yang dikenal manis rasanya, Salak Pondo cukup banyak di budidaya di kecamatan Pronojiwo, jenis pondoh ini memiliki rasa manis tidak masam dengan kadar airnya yang rendah sehingga lebih cocok apabila diproduksi menjadi keripik buah. Pada proses pengolahan dari bahan baku, salak pondoh dipilih yang cukup matang dan memiliki Rasa manis untuk menghindari pemakaian penambahan glukose dari luar. Rasa asli keripik buah salak berasal dari rasa dan aroma asli buah salak sendiri tanpa adanya penambahan perasa kimia buah buahan.

Melalui mesin pengering buah buahan atau dikenal *Vacuum Frying* buah salak ini diproses menjadi keripik. Hasil Cita rasa dan aroma pada keripik Buah Salak ini sama dengan buah aslinya dan manfaat Nutrisi salak masih terkandung dalam keripik buah tersebut.

H Abdulmanap (2016:289) menyatakan bahwa harga merupakan konsep yang saling berhubungan, yang dimaksud dengan utilitas ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*).

Harga adalah nilai yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen

untuk mendapatkan barang maupun jasa yang diinginkan. Harga dapat membantu konsumen dalam memutuskan akan mengalokasikan kemampuan belinya pada berbagai macam barang dan jasa, konsumen juga akan membandingkan harga suatu produk dengan pilihan alternatif yang ada selanjutnya memutuskan pembelian. Perusahaan juga harus bisa mengetahui keinginan konsumen yang kemudian menentukan harga dari suatu produknya dengan kualitas yang ada. Strategi penentuan harga sangat berpengaruh signifikan dalam hal pemberian value kepada konsumen juga mempengaruhi image produk, dan keputusan konsumen untuk membeli.

Menurut H, Nandanlimakrisna dan Togiparulia Purba (2017:119) Harga merupakan suatu alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu organisasi (*marketing objective*). Harga merupakan alat yang sangat penting yang merupakan faktor dengan mempengaruhi keputusan pembelian di dalam sektor publik.

Harga adalah suatu penglihatan masyarakat untuk membeli suatu produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Banyak warga yang mempertimbangkan harga untuk menjadikan patokan pasaran keripik salak pondo dengan toko lainya. Harga sangat akan berpengaruh atas Keputusan Pembelian konsumen terhadap produk keripik salak pondo ini.

Harga Sendiri merupakan faktor dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Harga berpengaruh penting terhadap keputusan pembelian dan dapat menjadikan tolak ukur suatu produk mempunyai manfaat yang besar atau tidak masyarakat sering memperhatikan harga dari suatu produk, Yang Tidak Lain yaitu di produk keripik salak ini di desa Pronojiwo tepatnya di



kabupaten Lumajang ini.

Menurut Fandy tjiptono (2019:234) Kualitas produk adalah pemahaman subyektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Persaingan produk keripik salak pondo saat ini semakin banyak, oleh karena itu perusahaan harus mengamati perilaku konsumen dan mengetahui apa yang di inginkan konsumen terhadap produk kita. Dalam pengambilan keputusan pembelian terdapat lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, juga perilaku paskah pembelian. Dalam proses evaluasi, konsumen menciptakan preferensi antara produk keripik salak pondo satu dengan lainnya.

Salah satu faktor terpenting yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan perwakilan dari seluruh pendapat terhadap produk dan bentuk dari informasi juga pengalaman konsumen kepada produk tersebut. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang sudah terkenal, yang sudah banyak di temui di pasaran mengarah pada apa yang di kenal dari sebuah produk, yang berisi tentang pendapat konsumen atas atribut, kegunaan, kelebihan, situasi, pengguna, dan karakteristik pembuatan dari produk tersebut,

Strategi Pemasaran merupakan kegiatan yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam mempertahankan kelangsungan hidup Hal tersebut juga disebabkan karena pemasaran

merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang dimana yang berhubungan langsung dengan konsumen Maka kegiatan pemasaran ini dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dengan pasar Pemasaran juga merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan suatu bisnis yang Ditujukan untuk merencanakan, menentuka harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuakan kebutuhan baik kepada pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2019:16) Strategi Pemasaran diinspirasi dari konteks militer. Pada mulanya strategi diartikan sebagai seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal yang diharapkan mampu memimpin angkatan perang dan memanagkan pertempuran. Strategi dalam konteks militer didasarkan pada pemahaman atas kekuatan dan penempatan posisilawan.

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting bagi UMKM. UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuhkan perekonomian dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki. UMKM ini juga dapat dikelola perorangan maupun badan usaha, yang dimana usaha ini termasuk kriteria dalam lingkup kecil atau mikro. Peran penting dari strategi pemasaran ini akan mampu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM.

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilaksanakan oleh konsumen untuk membeli suatu produk maupun tidak membeli suatu produk. Dari berbagai macam faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk maupun jasa, biasanya konsumen akan mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah diketahui oleh

masyarakat.

Keputusan pembelian merupakan hasil pemikiran konsumen mengenai berbagai evaluasi pilihan dan keputusan yang telah dibuat untuk memilih suatu produk dari beberapa pilihan produk yang ada. Bisa juga di artikan sebagai proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan melihat masalah dan dievaluasi kemudian diputuskan produk apa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keinginan konsumen ini terdapat pada keputusan pembelian, keputusan ini dibuat dengan apa yang sudah dipikirkan oleh para konsumen. Konsumen juga akan menjadikan keputusannya dengan sangat teliti.

Menurut MethianaIndrasari (2019:70) Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli sebelum melakukan keputusan pembelian. Seorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Keputusan pembelian akan terjadi apabila konsumen sudah menemukan produk yang cocok dengan apa yang dibutuhkan. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa ada hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

Produk Keripik Salak Pondo sangat dicermati oleh pengusaha. Dari segi keputusan pembelian ini para konsumen akan menanyakan tentang kelayakan produk kepada para pengusaha ataupun juga kepada para UMKM. Produk keripik salak yang asli dari kecamatan Pronojiwo ini tanpa menggunakan

bahan pengawet apapun, oleh karena itu konsumen sangat menyukai produk ini. Bahkan pada tahun 2011 Bapak Presiden Indonesia yaitu Bapak Susilo Bambang Yudoyono beliau waktu itu sempat membeli seluruh produk keripik salak yang telah kami jual. Dan pada tahun 2017 Hingga 2019 produk keripik salak ini mendapatkan reward berupa hadiah dan piagam karena dapat menjadikan produk keripik salak pondo ini dapat memperkembangkan perekonomian.

Produk keripik salak ini bukan hanya diminati oleh masyarakat Lumajang saja, namun keripik Salak Pondo juga diminati oleh wisatawan asing yang berdatangan dari Eropa, Asia, atau juga bahkan ada yang dari Afrika. Di kalangan orang-orang asing keripik salak disukai karena dari tekstur yang lembut serta banyak varian rasa yang jуда dapat menarik wisatawan untuk membeli produk keripik salak ini.

Salah satunya ada varian dari rasa coklat, yang sering masyarakat konsumsi untuk makanan ringan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan mereka. Makanan keripik salak ini juga mudah dibawa, sehingga warga lokal ataupun juga warga asing sangat mudah dengan membawa produk keripik salak ini.

Banyak masyarakat yang terdapat memilih suatu tempat satu ke tempat yang lainnya. Masyarakat akan membandingkan harga tersebut untuk menjadikan tolak ukur mana harga yang pas dari pasaran dan mana harga yang tidak pas dari harga pasaran. Harga berhubungan dengan manfaat yang di rasakan atas produk Jika manfaat yang di dapat oleh konsumen tinggi, maka akan membuat nilai produk tersebut meningkat. Dan apabila nilai yang

diperoleh konsumen meningkat maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang maksimal Tujuan penetapan harga Beberapa tujuan yang dapat diraih perusahaan melalui penetapan harga, yaitu:

1. Bertahan hidup Memaksimalkan laba jangka pendek

Memaksimalkan hasil penjualan

2. Menyaring pasar secara maksimum

3. Menentukan permintaan Dalam penelitian Komang Agus

Ardi Ary Wibawa (2016), menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh positif bagi keputusan pembelian.

Jadi harga dapat disimpulkan dengan beban yang akan diberikan kepada konsumen. Harga juga dapat memberi bentuk keputusan pembelian terhadap konsumen. Konsumen akan menjadikan tolak ukur harga ini dengan keputusan pembelian terhadap produk keripik salak pondo di toko bangkit Pronojiwo ini. Hal ini dikarenakan jika perusahaan dalam penentuan harga tidak tepat, itu akan berpengaruh bagi keputusan pembelian konsumen.

Jumlah persaingan dipasaran produk keripik salak Pronojiwo menurut bapak kepala desa Pronojiwo yaitu bapak Serma Murdiono beliau berkata bahwa tingkat persaingan itu tinggi. Persaingan ini bukan hanya tentang mempersaingkan produknya saja, namun mereka para pengusaha keripik salak ini juga dapat menekankan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sehat dengan cara mengonsumsi keripik salak pondo asli dari kecamatan Pronojiwo. Ini akan menjadi langkah untuk menaikkan UMKM Pronojiwo dapat melesat hingga jauh.

Persaingan Produk Keripik Salak saat ini semakin banyak, oleh karena

itu perusahaan harus mengamati perilaku konsumen dan mengetahui apa yang di inginkan konsumen terhadap produk kita. Dalam pengambilan keputusan pembelian terdapat lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, juga perilaku paskah pembelian. Dalam proses evaluasi, konsumen menciptakan pilihan antar produk kemudian memilih produk yang paling disukai.

Terutama Kualitas Produk dalam soal rasa dan penambahan sarbun rasa. Konsumen keripik salak belum menemukan inovasi terhadap rasa setelah penambahan varian rasa yang telah diberikan. Karena sudah banyak produk keripik salak yang sudah menambahkan rasa pada produknya. Begitupun letak tanggal expired yang kurang jelas. Sehingga citra produk yang seharusnya didapatkan oleh keripik salak dalam benak konsumen akan sulit untuk ditanamkan. Jika produk keripik salak mampu memecahkan masalah tersebut maka konsumen akan mendapatkan kualitas yang baik sesuai dengan biaya yang dikeluarkan atau bisa disebut harga.

Jadi kesimpulan dari para penelitian di atas terdapat dua konsep yang berbeda. Yaitu kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun disisi lain ada yang berpendapat juga bahwa kualitas produk sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Di Toko Bangkit sendiri kualitas produk sangat di amati oleh para konsumen. Sehingga terkadang jika ada kualitas produk keripik salak pondo yang menurut konsumen itu tidak layak, maka akan dikucilkan dan akan mencari produk lainnya.

Saat melakukan pembelian setiap konsumen akan mempertimbangkan



kualitas produk yang akan dibeli, sebab kualitas produk adalah salah satu bentuk faktor penentu produk tersebut akan dibeli ataupun tidak. Kualitas produk adalah suatu tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan supaya bisa menang pada persaingan di pasar dengan menentukan sekumpulan perbedaan yang terdapat pada suatu produk maupun jasa yang akan ditawarkan dengan tujuan sebagai pembeda produk dari perusahaan dengan produk lainnya.

sehingga dapat dipandang konsumen bahwa produk perusahaan mempunyai nilai tambah tersendiri di mata konsumen seperti yang telah di harapkan Perusahaan yang selalu mempunyai banyak inovasi terhadap produknya akan menjadikan konsumen tidak merasakan bosan dan mempunyai alternatif untuk mengambil keputusan pembelian juga menggunakan suatu produk. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengaruh ini bersifat sangat kuat dan searah terhadap keputusan pembelian.

Dalam upaya penyusunan strategi pemasaran dibutuhkan informasi yang lengkap berkaitan dengan pasar, konsumen maupun produk yang dibutuhkan. Strategi secara umum merupakan proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada satu tujuan organisasi, disertai penyusunan tata cara bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai.

Dalam memasarkan produknya perusahaan harus memperhatikan keputusan pembelian. Persepsi yang baik dari konsumen dipengaruhi atas citra produk yang baik. dan akan menciptakan suatu keputusan konsumen. Sikap konsumen dan tindakannya terhadap suatu produk dapat ditentukan

berdasarkan citra produk tersebut. Dengan demikian terdapat pengaruh antara citra produk terhadap keputusan pembelian konsumen

Penelitian yang dilakukan Citra produk mempunyai pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan apabila suatu perusahaan mempunyai citra yang baik pada hati konsumen, maka akan membuat pembelian yang dilakukan konsumen semakin besar.

Strategi pemasaran yang digunakan pada perusahaan keripik salak pondo di toko bangkit ini lebih mengembangkan kepada pemasaran melalui media sosial. Dengan berkembangnya teknologi informasi pada zaman sekarang ini, pihak toko bangkit juga Memanfaatkan produk pemasaran mereka melalui sosial media. Perusahaan keripik salak toko bangkit ini memementingkan pada pemasarannya melalui akun instagram, facebook, serta terkadang juga ada di Whatsap.

Sering banyak para konsumen lokal yang memsan produk keripik salak pondo ini melalui media sosial, namun perusahaan keripik salak pondo di toko bangkit ini juga menyediakan jasa seperti delivery. Sering juga pemasarannya melalui seperti iklan dipinggir jalan, namun cara ini tidak efektif, karena hanya sebagian orang saja yang melihat iklan di tepi jalan tersebut. Lebih banyak para konsumen yang melihat prouk keripik salak ini di media sosial Strategi pemasaran sendiri yaitu rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.

Menurut Nur Ika Effendi (2022) dengan judul “ Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di kabupaten bungo “ Hasil penelitian menunjukkan bahwa simultan Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Cindy Magdalena Gunarsih dan J,A,F (2021) kalangi dengan judul “ Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko pelita jaya buyungonamurang “ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Irfan Rizqullah Ariella (2018) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid “ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Menurut Amrullah dan Pamasang S (2018) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda “ dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terjadi pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh (2016) dengan judul “ Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi coffeiland “ dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari peneliti-peneliti sebelumnya yang sudah banyak dilakukan. Adapun perusahaan yang dipilih

dalam penelitian ini adalah perusahaan Keripik Salak, alasannya karena Keripik Salak merupakan penunjang kehidupan masyarakat di Pronojiwo sehingga dapat menunjang kemajuan usaha.

Berdasarkan pembahasan variabel – variabel yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam penelitian – penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk meneliti kembali Variabel – Variabel tersebut dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Toko Bangkit di Desa Pronojiwo “.

## 1.2 Batasan Masalah

1. Penelitian ini dalam bidang manajemen pemasaran
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran produk keripik salak pondo
3. Pada penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha yaitu pengusaha produk keripik Salak Pondo di kecamatan Pronojiwo

## 1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kriipik salak pondo di kecamatan Pronojiwo?

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo
2. Untuk menguji harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo

3. Untuk menguji strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo
4. Untuk menguji kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian keripik salak pondo di kecamatan Pronojiwo.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini semoga bisa memberi manfaat antara lain:

1. Bagi perusahaan  
Semoga penelitian ini bisa menjadi bahan masukan dan saran untuk perusahaan dalam menjaga kualitas produk, harga, strategi pemasaran supaya volume penjualan perusahaan meningkat
2. Bagi peneliti  
Sebagai tambahan pengetahuan yang bermanfaat dari praktek lapangan dengan pengetahuan yang di peroleh saat di bangku perkuliahan, Dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
3. Bagi pihak lain  
Sebagai bahan referensi ataupun pustaka dan bahan perbandingan penelitian sejenis.