

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini banyak kemajuan yang semakin disempurnakan, kejadian ini dilihat dari munculnya beraneka ragam jenis produk dengan menonjolkan keunggulannya masing-masing. Begitu pula dengan produk kesehatan yang saat ini banyak menggunakan bahan-bahan alami serta adanya kemasan dengan variasi dan warna yang menarik. Produk kesehatan sangat dibutuhkan bagi banyak orang, mengingat saat ini banyak masyarakat mengalami berbagai penyakit dan mencari obat-obatan yang dapat mengobati berbagai penyakit yang dideritanya.

Back to nature merupakan salah satu alternatif yang dipilih oleh kebanyakan masyarakat Indonesia saat ini, yang ditunjukkan oleh adanya keinginan untuk menggunakan dan mengkonsumsi ramuan obat tradisional yang diyakini memiliki efek samping yang kecil. Dikutip dari penelitian yang dilakukan Alodokter bahwa dari 7699 responden ternyata 45% masyarakat Indonesia masih memilih menggunakan dan percaya terhadap obat herbal meski tidak semuanya sudah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). Dan 55% lainnya memilih menggunakan obat modern sebagai langkah penyembuhan (www.alodokter.com).

Menurut direktur jenderal industri kimia, Farmasi dan Tekstil (IKFT) Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa ada peningkatan permintaan masyarakat terhadap barang-barang yang berkaitan dengan kesehatan, mulai dari jamu modern, suplemen kesehatan, aromatherapy dan rempah-rempahan.

Barang-barang tersebut mengalami pertumbuhan dalam permintaan sebesar 14,96%. Menurut data global, jumlah penjualan produk herbal dunia mencapai angka 60 juta US dollar atau berkisar Rp 870 triliun/tahun dan potensi penjualan jamu dan obat herbal untuk pasar domestik di Indonesia sebesar Rp 20 triliun/tahun, Sedangkan untuk penjualan ekspor masih sekitar 20 triliun/tahun (www.agro.kememperin.go.id)

Dari banyaknya keinginan masyarakat untuk menggunakan dan mengkonsumsi ramuan obat tradisional inilah dapat dijadikan peluang pasar yang diperkirakan jumlahnya yang terus meningkat karena gaya hidup global, terutama di kota-kota besar. Peluang inilah yang ditangkap oleh PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) yang merupakan salah satu perusahaan Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI telah memiliki 80 jenis macam produk, seperti obat-obatan herbal, produk keperluan rumahan sehari-hari, dll.

HNI HPAI adalah kepanjangan dari Halal Network Internasional Herbal Penawar Alwahida Indonesia adalah sebuah perusahaan yang fokus terhadap produk-produk herbal Halal yang memiliki kualitas tinggi. Mengutip dari berbagai situs perusahaan ini berdiri pada 19 maret 2012 didirikan oleh 18 orang muslim yang merupakan pakar bisnis sekaligus pakar herbal yang sudah berpengalaman di bidangnya dengan tujuan membuat dan memasarkan produk produk halal berkualitas yang berazaskan pada metode pengobatan nabi.

Keputusan pembelian sangat penting untuk menentukan maju tidaknya suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan untuk

mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat di dukung melalui upaya membangun komunikasi dengan memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan, menciptakan berbagai produk bervariasi serta berbagai produk pilihan itu sendiri dan menciptakan produk yang sebelumnya belum pernah dibutuhkan oleh konsumen. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan (Astuti & Febriaty, 2017).

Maka dari itu keputusan pembelian sangat penting untuk perkembangan suatu perusahaan. Sebuah perusahaan harus dapat menarik konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Karena keputusan pembelian yang dilakukan oleh seseorang adalah tahap terakhir dari rangkaian evaluasi yang diperhatikan konsumen serta telah melewati banyaknya pertimbangan seperti proses memilih, membandingkan dan membeli untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan.

Menurut (Gultom, 2017) Perilaku pembelian konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan konsumen merupakan proses memilih rangkaian atau tindakan dimana diantara dua macam alternative yang ada (atau lebih) untuk mencapai masalah tertentu dalam mengambil keputusan pembelian, faktor-faktor dalam pengambilan keputusan haruslah diperhatikan oleh pihak konsumen, baik kualitas produk maupun harga.

Gambar 1.1
Produk Habbatussauda HPAI



Gambar diatas adalah salah satu produk herbal yang dijual di Halal Mart adalah Habbatussauda HPAI. Habbatussauda merupakan tanaman yang dikenal dengan jintan hitam yang banyak digunakan oleh para herbalis untuk menyembuh berbagai penyakit, seperti: Diabetes melitus, menormalkan kolestrol dalam darah, penyakit gula, gejala anemia, penyakit paru-paru, keputihan, memperbaiki sistem kekebalan tubuh, mengobati sakit kepala (migraine), maag, dll.

Dalam memasarkan produknya, HPAI bekerja sama dengan para anggota (member) dan biasanya mereka melakukan promosi kepada masyarakat agar masyarakat tahu apa saja produk dari HPAI tersebut, dan keuntungan bagi yang mau bergabung menjadi member adalah memperoleh potongan harga produk (Primastuti, 2018). Harga produk HPAI relative sedikit mahal bila dibandingkan dengan produk yang umum dikonsumsi masyarakat. Habbatussauda dijual dengan harga Rp.60.000 perbotolnya dengan isi 50 kapsul. Tetapi banyak pula yang diuntungkan oleh produk HPAI karena manfaat serta khasiatnya.

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara saya tanggal 16 Januari 2023 di Halal Mart Business Center 1 Medan bersama bapak Ayub sebagai pengguna Habbatussauda HPAI semenjak 1 tahun terakhir, beliau memaparkan bahwa

semenjak mengonsumsi Habbatussauda, penyakit yang beliau derita mengalami pengurangan serta kekebalan tubuhnya meningkat sehingga tidak mudah jatuh sakit namun bapak Ayub mengatakan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan produk non herbal, yang menyebabkan masyarakat kurang mampu sulit untuk membeli produk Habbatussauda ini. Pengguna lainnya yaitu ibu Putri menjelaskan bahwa beliau mengonsumsi Habbatussauda HPAI karena mempunyai standar kualitas berupa kelengkapan perizinan dan sertifikat halal dari majelis ulama Indonesia, selama 6 bulan beliau menggunakan produk Habbatussauda HPAI penyakit beliau belum sembuh.

Menurut Kotler & Armstrong (2007) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan akan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut.

Menurut (Sulistiani, 2017) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Menurut (Marbun, Yona, & Ariyati, 2016) Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang

melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas produk sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian karena jika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak memenuhi standart atau kualitas yang baik kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau lebih memilih produk lain karena mutu atau kualitas yang diberikan tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh konsumen (Astuti & Abdullah, 2017). Apabila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya serta menjamin kualitas yang diberikan sebagai suatu produk maka produk tersebut akan memiliki kualitas yang baik dimana konsumen akan berfikir untuk lebih mengedepankan kualitas produk yang ada.

Namun dari data Habbatussauda HPAI di Halal Mart BC 1 Medan masih belum stabil, hal ini dapat terlihat dari data pelanggannya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan Habbatussauda HPAI di Halal Mart BC 1 Medan Tahun 2020-2022 Terakhir

Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
Januari	80	75	76
Februari	75	72	79
Maret	78	67	68
April	72	60	70
Mei	69	58	65
Juni	73	61	72
Juli	65	55	75
Agustus	61	68	70
September	69	63	79
Oktober	76	59	74
November	78	70	72
Desember	81	71	69
Total	877	779	869

Dapat kita lihat dari tabel diatas bahwa pelanggan dari Habbatussauda di Halal Mart BC 1 Medan mengalami fluktuasi dalam 3 tahun terakhir. Hal ini dapat dilihat pada tabel bahwa jumlah pembeli Habbatussauda mengalami naik dan turun dari setiap tahunnya, ditandai dari tahun 2020 dengan total pelanggan sebanyak 877 dan mengalami penurunan di tahun 2021 sebanyak 779 lalu meningkat Kembali di tahun 2022 dengan total pelanggan sebanyak 869.

Saat ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu (Habibah & Sumiati, 2016). Hal ini senada dengan pendapat dari Kotler dan Amstrong (2018) bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memutuskan membeli .

Selanjutnya faktor dari harga juga berperan penting dalam pengambilan keputusan membeli sebuah produk. Harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler & Amstrong, 2018). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu

rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan (Nugroho, 2010).

Menurut Widodo (2015) penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat. Harga yang rendah pun belum menjadi jaminan sebuah produk dapat memenangkan persaingan. Harga harus diimbangi oleh kualitas sebuah produk. Karena konsumen tidak mau dirugikan oleh penetapan harga dari sebuah perusahaan.

Harga selalu beriringan dengan kualitas produk. Karena harga dan kualitas produk merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. Kualitas produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi produk, keandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kristanto, Widajanti dan Sumaryanto, 2017). Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang suatu barang. Dimana konsumen rela membayar suatu produk dengan harga premium ketika mereka memiliki persepsi tambahan nilai produk (Rahayu, dkk., 2017).

Melihat adanya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Habbatussauda HPAI maka peneliti melakukan penelitian terdahulu (*pra survey*)

untuk lebih memperkuat data, peneliti melakukan pra survey dengan mengambil 30 orang untuk menjadi responden.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1	Produk Habbatussauda HPAI memiliki daya tahan di berbagai kondisi suhu.	14	46,7	16	53,3
2	Label pada produk Habbatussauda HPAI menampilkan informasi kegunaan yang lengkap.	10	33,3	20	66,7
3	Produk Habbatussauda HPAI sudah terbukti khasiatnya	13	43,3	17	56,7
4	Produk Habbatussauda HPAI memiliki kemasan yang bervariasi	12	40	18	60
Total Rata-Rata			40,8		59,2

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa responden yang melakukan pembelian produk Habbatussauda HPAI menyatakan masih banyak melihat kekurangan dari kualitas produk, terbukti dari nilai rata-rata pada tabel kualitas produk sebagai X1 sebesar 40,8% dengan jawaban setuju dan 59,2%. Kualitas produk sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian karena jika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak memenuhi standart atau kualitas yang baik kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau lebih memilih produk lain karena mutu atau kualitas yang diberikan tidak memenuhi standart yang diinginkan oleh konsumen (Astuti & Abdullah, 2017).

Selanjutnya adalah faktor dari harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, berikut adalah pra survey nya:

Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Harga produk HPAI terjangkau dengan budget saya.	11	36,67	19	63,33
2	Harga produk Habbatussauda HPAI sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan	14	46,67	16	53,33
3	Harga produk Habbatussauda HPAI sesuai dengan manfaat yang diberikan.	12	40	18	60
Total Rata-Rata			41,1		58,9

Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa variabel harga produk HPAI relative sedikit mahal bila dibandingkan dengan produk yang umum dikonsumsi masyarakat. Hal ini terbukti dari nilai rata-rata pada tabel harga sebagai X2 sebesar 41,1% dengan jawaban setuju dan 58,9% sebagai jawaban tidak setuju. Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Banyak konsumen yang menilai harga Habbatussauda HPAI masih tergolong mahal. Selain itu, konsumen merasa bahwa harga yang mereka keluarkan untuk membeli Habbatussauda HPAI tidak sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh.

Berikut adalah hasil pra survey dari keputusan pembelian produk Habbatussauda HPAI:

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban			
		S	%	TS	%
1	Konsumen membeli produk Habbatussauda HPAI karena yakin pada kualitasnya.	13	43,3	17	56,7
2	Konsumen telah lama mengkonsumsi Habbatussauda HPAI.	14	46,7	16	53,3
3	Konsumen mengajak teman saya untuk mengonsumsi habbatussauda HPAI.	12	40	18	60
4	Konsumen akan membeli kembali Produk Habbatussauda HPAI karena telah merasakan manfaatnya.	14	46,7	16	53,3
Total Rata-Rata			44,2		55,8

Pada tabel 1.4 variabel keputusan pembelian (Y) dapat kita lihat bahwa dari hasil pra survey keputusan pembelian, 44,2% responden menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan dan 55,8% menjawab tidak setuju, artinya sebagian responden merasa belum yakin dalam keputusan pembelian pada produk Habbatussauda HPAI. Keputusan pembelian merupakan salah satu perilaku konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang mereka sukai dengan melalui lima tahapan atau proses yaitu, mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2015:176).

Melihat realita tentang bagaimana pentingnya kualitas produk dan harga yang menjadi salah satu pertimbangan keputusan pembeli dalam membeli suatu produk, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center Medan 1”**.

1.2 Identifikasi masalah

1. Keputusan pembelian dalam produk Habbatussauda di Halal Mart BC 1 Medan mengalami fluktuasi (naik turun) dari 3 tahun terakhir.
2. Harga produk Habbatussada HPAI sedikit mahal bila dibandingkan dengan produk yang umum dikonsumsi masyarakat.
3. Khasiat dari produk Habbatussauda HPAI masih sebagian masyarakat yang merasakan manfaatnya dan sebagian lagi belum merasakan manfaat dari produk Habbatussauda HPAI, hal tersebut didukung oleh hasil pra survey yang dilakukan peneliti.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih fokus, maka peneliti perlu menetapkan batasan masalah dalam penelitian ini. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah diatas, maka peneliti memfokuskan pada 2 variabel bebas (X) yaitu kualitas produk dan harga. Dan 1 variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Serta tempat responden yang akan dibatasi hanya pada para pengguna Habbatussauda HPAI di Halal Mart BC 1 Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI Di Halal Mart Business Center 1 Medan ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center 1 Medan ?

3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center 1 Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin didapat peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah :

- 1 Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center Medan 1.
- 2 Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center Medan 1.
- 3 Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Habbatussauda HPAI di Halal Mart Business Center Medan 1.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu persyaratan untuk jenjang program skripsi S1 manajemen pada Universitas Negeri Medan serta menambah ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang tak terhingga bagi peneliti yang berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori dan praktik.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga diperusahaan tersebut

berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Referensi nya akan berguna bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan lebih baik.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu dijadikan sumber informasi dan bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan kajian mengenai topik-topik yang dibahas dalam penelitian ini di masa yang akan datang.

4. Bagi UNIMED

Menambah literatur kepustakaan dibidang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan mengenai Pengaruh kualitas produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian habbatussauda HPAI di Halal Mart BC 1 Medan.