

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Desi Nurmaningsih (2018) LPG (*Liquefied Petroleum Gas*) merupakan salah satu sumber daya alam yang mengalami peningkatan konsumsi setiap tahunnya terutama di sector rumah tangga.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, termasuk pada usaha di bidang penjualan tabung gas LPG. Dalam hal pemenuhan terhadap kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut sesuatu hal yang bersifat personal untuk memenuhi kebutuhan tersebut produsen dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar selalu terpenuhi. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut. Di Indonesia, kegiatan usaha minyak dan gas bumi saat ini mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional. Kegiatan usaha di bidang minyak dan gas bumi tersebut kian menjanjikan sejalan dengan banyaknya pengguna minyak tanah yang beralih ke gas LPG. Program konversi minyak tanah ke LPG tersebut telah dilaksanakan di seluruh wilayah Indonesia, termasuk juga di Palembang. Agen penjual gas LPG sudah banyak tersebar di wilayah tersebut, salah satunya adalah PT. Sriguna Patra Niaga.

Permasalahan yang sering terjadi di masyarakat adalah ketika melonjaknya harga gas LPG akibat dari kekosongan stok, penimbunan gas LPG dan pendistribusian yang tidak tertata dengan baik. 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. Harga menurut Kotler dan Keller (2012 : 26) adalah sejumlah uang atau barang yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai pemberian jasa.

Konsumen seringkali mengeluhkan kualitas gas LPG seperti sering terjadinya kebocoran gas LPG dan kepala regulator tidak bisa terhubung sehingga membuat konsumen melakukan pertukaran atau return tabung gas LPG. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, karena produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak atau tidak diterima. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas akan memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya.

Dalam memahami perilaku konsumen, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Perilaku pembelian

konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyak nya rangsangan (stimulus) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain. rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri, sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli. Menurut Fandy Tjiptono (2014:21) keputusan pembelian adalah Serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk tentunya berbeda karena berbagai perbedaan yang terdapat pada produk dengan jenis yang sama tapi merek dan spesifikasi produk yang umumnya berbeda.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka perlu dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Harga dan Kualitas Produk gas LPG terhadap Keputusan Pembelian, dapat disimpulkan bahwa pentingnya harga dan kualitas produk untuk menarik minat konsumen/keputusan pembelian sehingga konsumen merasakan kepuasan dari produk yang dijual. Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul : **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK GAS LPG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SRIGUNA PATRA NIAGA PALEMBANG”**

## **1.2 Batasan Masalah**

Adapun permasalahan yang dikaitkan dengan judul diatas sangat luas, sehingga tidak mungkin dilapangan permasalahan yang ada itu dapat dijangkau dan terselesaikan semuanya. Oleh karena itu perlu adanya pembatasan masalah, sehingga persoalan yang diteliti menjadi jelas dan dapat menghindari kesalah pahaman. Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup dan fokus masalah yang diteliti. Harga gas LPG, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dibatasi saat penelitian pada PT. Sriguna Patra Niaga yang berlokasi di 7 Ulu Palembang. Penelitian dilakukan berdasarkan Peraturan yang ada di PT. Sriguna Patra Niaga.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana Pengaruh Harga Gas LPG terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga, 7 Ulu Palembang.
- b. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Gas LPG terhadap keputusan pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga, 7 Ulu Palembang.
- c. Bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Gas LPG terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga 7 Ulu Palembang.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Mengetahui pengaruh Harga Gas LPG terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga 7 Ulu Palembang.

- b. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk Gas LPG terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga yang berlokasi di 7 Ulu Palembang.
- c. Mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk Gas LPG terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sriguna Patra Niaga yang berlokasi di 7 Ulu Palembang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil-hasil penelitian yang ada pada Universitas PGRI Palembang dan sebagai masukan yang membangun guna untuk meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang ada, termasuk para pendidik yang ada di dalamnya, serta penentu kebijakan dalam lembaga pendidikan, serta pemerintah secara umum.

- b. Bagi Perusahaan yang diteliti

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan yang diteliti dan membantu pihak manajemen perusahaan dalam meningkatkan pengendalian internal terhadap siklus pendapatan, serta memberikan masukan atau rekomendasi kepada pihak manajemen perusahaan terhadap pengendalian internal yang sudah diterapkan.