

**ANALISIS FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERMEN SUSU  
SEBAGAI DASAR DALAM MERUMUSKAN STRATEGI  
PENINGKATAN PENJUALAN PERUSAHAAN HOKINAH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Yoshua Farlan Susanto  
NPM : 6131901125



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**



**ANALISIS FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERMEN SUSU  
SEBAGAI DASAR DALAM MERUMUSKAN STRATEGI  
PENINGKATAN PENJUALAN PERUSAHAAN HOKINAH**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh :**

**Nama : Yoshua Farlan Susanto**  
**NPM : 6131901125**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2023**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Yoshua Farlan Susanto  
NPM : 6131901125  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR YANG BERPENGARUH  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PERMEN SUSU SEBAGAI DASAR DALAM  
MERUMUSKAN STRATEGI PENINGKATAN  
PENJUALAN PERUSAHAAN HOKINAH

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 25 Agustus 2023  
**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalla Tesavrita, S.T., M.T.)

**Pembimbing Tunggal**

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)





## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yoshua Farlan Susanto

NPM : 6131901125

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**“ANALISIS FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PERMEN SUSU SEBAGAI DASAR DALAM  
MERUMUSKAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PERUSAHAAN  
HOKINAH”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 25 Juli 2023

Yoshua Farlan Susanto

NPM : 6131901125





## ABSTRAK

Pangalengan merupakan kota kecil yang terkenal dengan keindahan alamnya, menjadikannya destinasi wisata yang populer. Masyarakat sekitar pun memanfaatkan keberadaan tempat wisata tersebut dengan menciptakan produk khas Pangalengan. Salah satunya adalah perusahaan Hokinah yang menyediakan oleh-oleh khas Pangalengan seperti permen susu, dodol susu, dan noga susu dengan merek Kop-Yes. Produk-produk ini di jual melalui toko milik sendiri maupun di toko oleh-oleh lainnya. Permen susu menjadi produk khas yang terkenal di Pangalengan dengan menyumbang 60% pendapatan di perusahaan Hokinah. Namun, perusahaan Hokinah mengalami penurunan pendapatan dikarenakan keputusan pembelian rendah yang ditandai dengan konsumen cenderung lebih memilih produk pesaing. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan usulan perbaikan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan Hokinah dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian permen susu Kop-Yes. Model penelitian keputusan pembelian terdiri dari 5 variabel yaitu kualitas produk, harga, tempat, promosi dan citra merek. Data penelitian didapatkan dengan membagikan kuesioner secara langsung dan melalui *google form*. Didapatkan 148 data yang dapat diuji dari 169 data dengan teknik *non-probability sampling*. Pengujian data dilakukan menggunakan PLS-SEM. Melalui pengujian ini didapatkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel yang paling berpengaruh adalah variabel promosi dengan persentase sebesar 36.5%. Usulan perbaikan yang diberikan dalam penelitian adalah 18 usulan. Usulan-usulan tersebut diterima dengan baik oleh perusahaan Hokinah.

## **ABSTRACT**

*Pangalengan is a small town renowned for its picturesque natural beauty, making it a popular tourist destination. The local community leverages the presence of tourist spots by creating unique Pangalengan specialty products. One such company is Hokinah, which offers signature Pangalengan souvenirs, including milk candies, milk dodol, and milk noga, under the brand name Kop-Yes. These products are sold through both their own stores and other souvenir shops. The milk candy, in particular, stands out as a well-known Pangalengan product, contributing 60% of Hokinah's revenue. However, the company has experienced a decline in income due to low purchase decisions, marked by consumers' inclination to choose competitor products instead. Consequently, this research proposes improvements to enhance Hokinah's revenue by analyzing the factors influencing consumers' purchase decisions regarding Kop-Yes milk candy. The research model on purchase decisions comprises five variables: product quality, price, location, promotion, and brand image. Data for the study were gathered through direct questionnaires and online surveys using Google Forms. Out of 169 data points collected through non-probability sampling techniques, 148 were deemed usable for analysis. The data analysis employed Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that product quality, price, promotion, and brand image significantly influence consumers' purchase decisions. Notably, the promotion variable holds the most substantial impact, accounting for 36.5% of the total influence. Based on these results, the research presents 18 improvement suggestions to Hokinah Company.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan kekuatan, pengertian, dan kasih-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan hikmat-Nya, penulis mampu mengatasi setiap tantangan dan hambatan dalam proses penulisan skripsi ini untuk memperoleh gelar sarjana Teknik Industri. Dalam skripsi ini juga penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dan mendukung menyelesaikan skripsi, yaitu :

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dengan sabar dalam proses penyusunan skripsi penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, ST., M.T., MIE, dan Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T., selaku penguji proposal & sidang skripsi yang memberikan kritik dan saran supaya penyusunan skripsi yang dibuat lebih baik lagi.
3. Bapak Prof. Sani Susanto, Ir., M.T., Ph.D., selaku wali dosen, yang memberikan dukungan dan bantuan dalam setiap masalah yang ada selama perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Orangtua, Kakak, dan Adik yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta kasih tulus dalam setiap langkah perjalanan penulis.
5. Claudia Yolanda selaku pendukung dan penyemangat yang memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ko Andrea Lie, S.Psi., M.Div., selaku mentor yang mendoakan setiap proses selama perkuliahan.
7. Ko Kevin, Ci Didi, Ci Jovita, Ko Yudith, Ci Alvina, Ko Insan, Ci Yunie, Ka Tessa, dan Ko David selaku anggota komsel yang mendoakan kelancaran skripsi.
8. Nelvin, Sallyvian, Bella, Natashya, Sylvia, dan Lidia selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan.

9. David, Deni, Nathan, Sheehan, Jonathan, dan Ferian selaku teman seperjuangan kuliah yang saling memberikan dukungan dan motivasi.
10. Teman-teman kelas A TI UNPAR angkatan 2019, yang bersama-sama menjalani perjuangan dalam menempuh pendidikan sarjana Teknik Industri UNPAR.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan, yang telah membantu dalam berbagai cara dan memberikan kontribusi berarti.

Semoga daftar ucapan terima kasih ini menggambarkan rasa terima kasih penulis yang mendalam kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa dukungan dan bantuan kalian, skripsi ini tidak akan berhasil terselesaikan. Semoga Tuhan yang membalas kebaikan kalian.

Bandung, 27 Juli 2023

Penulis

Yoshua Farlan Susanto

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang permasalahan .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	I-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-8
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Wisata.....	II-1
II.2 Produk .....	II-1
II.3 Perilaku Pembelian ( <i>Buying Behavior</i> ) .....	II-2
II.4 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	II-3
II.4.1 Strategi Pemasaran .....	II-5
II.4.2 Bauran Pemasaran.....	II-6
II.5 Penelitian Keputusan Pembelian Terdahulu.....	II-6
II.6 PLS-SEM ( <i>Partial Least Squares – Structural Equation Modelling</i> ). .....	II-9
<b>BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Pengembangan Model Penelitian.....	III-1
III.1.1 Keputusan Pembelian.....	III-2
III.1.2 Kualitas Produk.....	III-4
III.1.3 Harga.....	III-5
III.1.4 Lokasi.....	III-6

III.1.5	Promosi .....	III-7
III.1.6	Citra Merek .....	III-8
III.2	Operasionalisasi Variabel.....	III-9
III.3	Pengumpulan Data .....	III-11
III.3.1	Kuesioner .....	III-11
III.3.1.1	Penyusunan Profil Responden .....	III-12
III.3.1.2	Pernyataan .....	III-13
III.3.2	<i>Pre-Test</i> .....	III-15
III.3.3	Penyebaran Kuesioner .....	III-17
III.3.3.1	Populasi Penelitian .....	III-17
III.3.1.2	Sampel Penelitian.....	III-17
III.3.4	Hasil Kuesioner.....	III-18
III.4	Pengolahan Data .....	III-18
III.4.1	Profil Responden .....	III-19
III.4.2	Pengujian Model Penelitian.....	III-26
III.4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran .....	III-27
III.4.2.2	Evaluasi Model Struktural .....	III-34
III.4.3	Nilai Rata-Rata Variabel.....	III-37
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>		<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2	Analisis Model Penelitian .....	IV-2
IV.2.1	Analisis Hasil Model Pengukuran.....	IV-2
IV.2.2	Analisis Hasil Model Struktural.....	IV-5
IV.2.3	Analisis Rata-Rata Variabel .....	IV-6
IV.3	Prioritas Usulan Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian ..	IV-6
IV.4	Usulan Perbaikan Keputusan Pembelian .....	IV-8
IV.4.1	Usulan Variabel Promosi .....	IV-8
IV.4.2	Usulan Variabel Kualitas Produk.....	IV-14
IV.4.3	Usulan Variabel Harga.....	IV-21
IV.4.4	Usulan Variabel Citra Merek .....	IV-26
IV.5	Evaluasi Usulan .....	IV-28
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan .....	V-1

V.2 Saran..... V-2

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Tempat Objek Wisata Yang Baru Buka Tahun 2018 – 2022 .....	I-2
Tabel I.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Pemilik .....	I-4
Tabel I.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Pegawai Toko .....	I-5
Tabel III.1 Variabel yang berpengaruh beserta sumbernya .....	III-4
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel Produk Permen Susu Merek Kopyes....	III-10
Tabel III.3 Pernyataan Dari Indikator Variabel Produk Permen Susu .....	III-13
Tabel III.4 Hasil <i>Pre-Test</i> Dengan Tindakan Perbaikan.....	III-16
Tabel III.5 Rekapitulasi <i>Internal Consistency</i> .....	III-28
Tabel III.6 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	III-28
Tabel III.7 Perubahan <i>Internal Consistency</i> .....	III-29
Tabel III.8 Rekapitulasi <i>Internal Consistency</i> Akhir .....	III-30
Tabel III.9 Rekapitulasi Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	III-32
Tabel III.10 Rekapitulasi <i>Cross Loadings</i> .....	III-32
Tabel III.11 Rekapitulasi Nilai Fornell-Larcker .....	III-34
Tabel III.12 Rekapitulasi Nilai HTMT.....	III-34
Tabel III.13 Rekapitulasi Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> .....	III-35
Tabel III.14 Rekapitulasi Nilai <i>Path Coefficient</i> dan <i>P-Value</i> . .....	III-36
Tabel III.15 Rekapitulasi Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	III-37
Tabel III.16 Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Variabel.....	III-38
Tabel IV.1 Prioritas Usulan .....	IV-7
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Variabel Promosi .....	IV-13
Tabel IV.3 Rekapitulasi Usulan Variabel Kualitas Produk .....	IV-14
Tabel IV.4 Perbandingan Desain Kemasan Sebelum & Sesudah Perbaikan	IV-17
Tabel IV.5 Perbandingan Keuntungan dan Kerugian Bahan Kemas .....	IV-18
Tabel IV.6 Perbandingan Harga Susu Bubuk.....	IV-20
Tabel IV.7 Perbandingan Harga Setiap Merek Di Kategorinya.....	IV-21
Tabel IV.8 Perbandingan Harga Kompetitor.....	IV-24
Tabel IV.9 Perbandingan Harga Kompetitor Usulan.....	IV-24
Tabel IV.10 Rekapitulasi Usulan Variabel Harga.....	IV-25
Tabel IV.11 Rekapitulasi Variabel Citra Merek .....	IV-28



Tabel IV.12 Rekapitulasi Evaluasi Usulan..... IV-29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Data Pengunjung Wisatawan di Pangalengan	I-2
Gambar I.2 Grafik Penjualan Perusahaan Hokinah Tahun 2017-2022	I-3
Gambar I.3 Metodologi Penelitian	I-9
Gambar II.1 Faktor Yang Mempengaruhi (Hardinata, 2022)	II-7
Gambar II.2 Faktor Yang Mempengaruhi (Beni & Enni, 2012)	II-7
Gambar II.3 Faktor Yang Mempengaruhi (Reinaldo & Zuhdi, 2012)	II-8
Gambar II.4 Faktor Yang Mempengaruhi (Rihayana et al. 2021)	II-9
Gambar III.1 Tahapan proses keputusan pembelian	III-2
Gambar III.2 Rekapitulasi Usia	III-19
Gambar III.3 Rekapitulasi <i>Gender</i>	III-20
Gambar III.4 Rekapitulasi Asal Tempat Responden	III-20
Gambar III.5 Rekapitulasi Pendapatan Responden	III-21
Gambar III.6 Rekapitulasi Keterangan Responden	III-21
Gambar III.7 Rekapitulasi Frekuensi Responden	III-22
Gambar III.8 Rekapitulasi Pengalaman Responden	III-23
Gambar III.9 Rekapitulasi Budget Responden	III-23
Gambar III.10 Rekapitulasi Kebiasaan Responden	III-24
Gambar III.11 Rekapitulasi Referensi Rasa Responden	III-25
Gambar III.12 Rekapitulasi Pengalaman Responden Terhadap Merek	III-25
Gambar III.13 Model Penelitian Menggunakan PLS-SEM	III-26
Gambar III.14 Model Penelitian Setelah Perubahan	III-31
Gambar III.15 Rekapitulasi Kriteria <i>Convergent Validity</i>	III-31
Gambar IV.1 Contoh Poster <i>Expo</i>	IV-9
Gambar IV.2 Promosi Di Tokopedia	IV-10
Gambar IV.3 Promosi Di Shopee	IV-11
Gambar IV.4 Kemasan Permen Susu Merek Kop-Yes	IV-15
Gambar IV.5 Kemasan Permen Susu Pesaing	IV-16
Gambar IV.6 Kemasan Permen Susu Usulan	IV-17
Gambar IV.7 Kemasan <i>Pouch Standing</i>	IV-19
Gambar IV.8 Alat dan Bahan Produksi	IV-22

Gambar IV.9 Alat dan Bahan Produksi Setelah Di Timbang .....	IV-23
Gambar IV.10 Logo Usulan .....	IV-26

## **LAMPIRAN**

LAMPIRAN A PERUSAHAAN DAN PRODUK YANG DIPRODUKSI

LAMPIRAN B PERMEN SUSU MEREK PESAING

LAMPIRAN C TOKO PUSAT OLEH-OLEH DI PANGALENGAN

LAMPIRAN D KUESIONER PENELITIAN

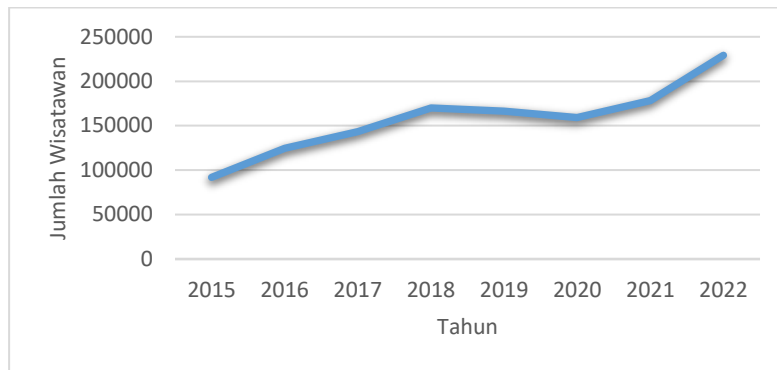
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas pendahuluan dilakukannya usulan perbaikan di perusahaan Hokinah. Terdapat beberapa subbab yang akan dibahas seperti latar belakang permasalahan, identifikasi dan batasan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metodologi penelitian. Berikut merupakan pembahasan pendahuluan tersebut.

### **I.1 Latar Belakang permasalahan**

Pangalengan merupakan kota kecil yang terkenal dengan keindahan alamnya oleh karena itu Pangalengan memiliki banyak tempat wisata, wisata di Pangalengan sangat beragam mulai dari wisata alam, wisata kuliner, hingga wisata budaya. Dengan adanya wisata tersebut maka masyarakat sekitar memanfaatkan hal tersebut dengan membuat produk oleh – oleh khas Pangalengan. Salah satunya adalah perusahaan Hokinah yang merupakan perusahaan skala kecil yang berdiri sejak tahun 1991 yang terletak di Jalan Raya Pangalengan No. 419, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang bergerak di bidang pariwisata makanan dalam menyediakan oleh – oleh khas Pangalengan berupa permen susu, dodol susu dan noga susu dengan merek Kop-Yes yang di jual melalui toko sendiri serta toko oleh – oleh yang ada di Pangalengan terutama produk permen susu sebagai produk khas di daerah tersebut. Jumlah wisatawan yang datang ke Pangalengan mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Berikut merupakan grafik data jumlah pengunjung wisatawan ke Pangalengan berdasarkan [Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung \(disparbud.bandungkab.go.id\)](http://disparbud.bandungkab.go.id).



Gambar I.1 Grafik Data Pengunjung Wisatawan di Pangalengan  
sumber: [disparbud.bandungkab.go.id](http://disparbud.bandungkab.go.id)

Gambar I.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata semakin meningkat. Pada tahun 2019 – 2020 terjadi penurunan jumlah wisatawan diakibatkan pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat diam di rumah saja sedangkan pada tahun 2021 terjadi peningkatan kembali. Namun, secara garis besar terjadi peningkatan jumlah wisatawan ke objek wisata Pangalengan dari tahun 2015 - 2022. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya beberapa tempat wisata yang baru. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang datang maka akan terdapat peningkatan jumlah objek wisata yang baru. Berikut merupakan nama tempat wisata yang baru beserta tahun bukannya di Pangalengan.

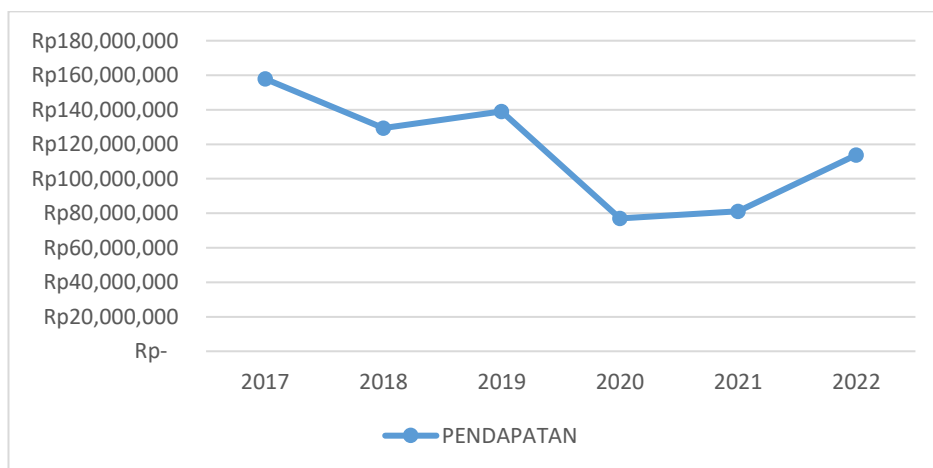
Tabel I.1 Data Tempat Objek Wisata Yang Baru Buka Tahun 2018 – 2022

Nama Tempat Objek Wisata	Tahun Buka
Nimo Highland	2022
Taman Langit	2022
Riung Gunung	2022
Pemandian Air Panas	2021
Kampung Singkur	2021
Sunrise Point Cukul	2019
Wayang Windu	2019
Hutan Pinus Rahong	2018

Dapat dilihat dari tabel I.1 bahwa pada dalam rentang waktu yang berdekatan dari tahun 2018 – 2022 terdapat banyak objek wisata yang baru buka

di Pangalengan apalagi di tahun 2022 terdapat 3 objek wisata yang baru buka. Dari hal ini didapatkan bahwa wisata di Pangalengan mengalami perkembangan. Dengan adanya perkembangan wisata di Pangalengan maka hal inilah yang menciptakan keberadaan produk oleh – oleh permen susu, noga susu, dodol susu, kopi, teh hijau, susu KPBS dan lainnya sebagai produk yang dijual kepada wisatawan terutama produk permen susu yang menjadi ciri khas oleh – oleh Pangalengan.

Namun ditengah berkembangnya Industri oleh – oleh justru perusahaan Hokinah mengalami penurunan jumlah penjualan meskipun terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Pangalengan. Penurunan jumlah penjualan inilah yang menyebabkan perusahaan mengalami penurunan pendapatan. Berikut merupakan gambar grafik pendapatan perusahaan Hokinah.



Gambar I.2 Grafik Penjualan Perusahaan Hokinah Tahun 2017-2022

Sumber : Pemilik Perusahaan Hokinah

Dapat dilihat dari Gambar I.2 terjadi penurunan penjualan perusahaan dari tahun 2017- 2022. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan dikarenakan perusahaan melakukan upaya untuk melakukan penjualan ke Kalimantan dan mencoba melakukan penjualan produk secara *online*. Untuk persentase pendapatan yang di hasilkan perusahaan dari produk – produk yang diproduksi adalah permen susu sebesar 60%, dodol susu sebesar 25% dan noga susu sebesar 15% dari penjualan.

Perusahaan Hokinah mengalami masalah penurunan pendapatan yang disebabkan wisatawan cenderung memilih produk pesaing dibanding produk

merek Kop-Yes sehingga perlu dilakukan usulan perbaikan untuk mengatasi masalah tersebut. Dengan adanya usulan ini, diharapkan perusahaan Hokinah dapat meningkatkan jumlah penjualan produk Kop-Yes yang mungkin dipengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Peningkatan jumlah penjualan tersebut diharapkan mampu mengatasi penurunan pendapatan yang terjadi di perusahaan Hokinah.

## I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada subbab ini akan dibahas mengenai identifikasi dan perumusan masalah yang terdapat pada perusahaan Hokinah. Identifikasi dan perumusan masalah dilakukan untuk mengetahui dugaan – dugaan permasalahan yang sedang di alami oleh perusahaan. Oleh karena itu dilakukanlah identifikasi masalah untuk mengetahui apa yang menjadi masalah terjadinya penurunan pendapatan yang terjadi pada perusahaan Hokinah.

Dalam mengidentifikasi masalah dilakukanlah observasi atau studi lapangan dengan melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan, pengamatan dan wawancara ke toko – toko, observasi langsung dan melalui kuesioner. Pada tahap pertama yaitu wawancara kepada pemilik perusahaan dengan beberapa pertanyaan untuk mengetahui masalah yang terjadi di perusahaan Hokinah. Berikut merupakan pertanyaannya.

Tabel I.2 Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Pemilik

No.	Pertanyaan
1	Apa nama perusahaan dan sejak kapan tahun berdirinya?
2	Produk Apa saja yang diproduksi di pabrik Hokinah?
3	Apa masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan?
4	Menurut Bapak, apa yang menjadi penyebab adanya masalah tersebut?
5	Bagaimana perusahaan menghadapi masalah tersebut?

Dari pertanyaan-pertanyaan tersebut didapatkan bahwa perusahaan mengalami masalah yaitu penurunan penjualan yang terjadi karena banyaknya pesaing baru di Pangalengan yang menjual produk permen susu. Merek Kop-Yes sendiri sudah berdiri sejak tahun 1991 sedangkan merek TK sudah berdiri sebelum merek Kop-Yes ada yaitu tahun 1985 sedangkan pada tahun 2017 berdirilah merek HD, pada tahun 2018 berdirilah merek Billadi dan pada tahun 2019 hingga 2020 berdirilah



merek TS, KPBS dan KS. Karena semakin banyak pesaing maka akan semakin banyak juga pilihan bagi konsumen dalam memilih produk yang ingin dibelinya. Hal yang sudah dilakukan pemilik untuk mengatasi penurunan pendapatan yaitu dengan melakukan penjualan di toko *online* seperti tokopedia dan shopee, menjual produk tersebut ke Kalimantan dan juga menitipkan ke objek wisata yang baru buka seperti *Nimo Highland* namun perusahaan masih belum merasa puas dengan hasilnya.

Tahap kedua dilakukanlah observasi langsung, hasilnya didapatkan bahwa desain kemasan permen susu merek Kop-Yes kurang menarik jika dibandingkan dengan permen susu merek lain. Lalu, rasa permen susu yang kurang enak di bandingkan pesaing lainnya. Lalu, terdapat kemasan yang tidak tertutup rapat sehingga menyebabkan permen menjadi lembab sehingga permen menjadi lengket. Sehingga didapati kualitas produk seperti rasa, kemasan yang kurang baik

Tahap ketiga dilakukanlah pengamatan dan wawancara kepada pegawai toko oleh – oleh besar di Pangalengan yaitu toko Pia Kawitan, toko Waluya, Kios Asti dan toko Pak Toto. Wawancara tersebut dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut.

Tabel I.3 Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Pegawai Toko

No.	Pertanyaan
1	Produk Apa saja dan berapa banyak produk yang dijual di toko ini?
2	Merek permen susu apa yang paling banyak terjual?
3	Menurut Anda (pegawai toko), mengapa merek permen susu tersebut paling banyak terjual?
4	Apakah Anda (pegawai toko) mendapatkan insentif dari pemilik merek permen susu ketika menjual produk tersebut?

Dari hasilnya didapatkan bahwa pegawai toko selalu menawarkan permen susu merek TK kepada wisatawan yang datang hal ini dikarenakan pegawai toko mendapatkan insentif dari pemilik produk merek TK selain itu permen susu merek TK sudah terkenal sebagai permen yang enak dan memiliki reputasi yang baik. Dapat diketahui di toko Pia Kawitan dari 34 produk yang dijual termasuk dengan produk Kop-Yes bahwa merek TK berada pada urutan ke-1 sedangkan merek Kop-Yes berada pada urutan-6 dari 7 merek permen susu. Dari toko Waluya didapatkan bahwa terdapat 25 produk yang dijual dan didapatkan bahwa merek

TK berada pada urutan ke-1 sedangkan merek Kop-Yes berada pada urutan-5 dari 6 merek. Dari Kios Asti terdapat 37 produk yang dijual dan didapatkan merek TK berada pada urutan ke-1 sedangkan merek Kop-Yes berada pada urutan-5 dari 9 merek. Dari toko Pak Toto terdapat 17 produk yang dijual dan didapatkan bahwa merek TK berada pada urutan ke-1 sedangkan merek Kop-Yes berada pada urutan-4 dari 5 merek yang ada di toko tersebut yang diurutkan berdasarkan jumlah permen susu yang paling banyak dibeli di toko tersebut. Dari hal ini maka didapatkan oleh – oleh produk permen susu merek Kop-Yes berada pada urutan belakang.

Melalui hal inilah produk Hokinah kalah saing dibanding dengan produk merek lain. Hal ini diperjelas dengan melakukan pembagian kuesioner kepada wisatawan. Kuesioner tersebut dilakukan kepada 32 responden wisatawan yang berkunjung ke Pangalengan. Didapatkan bahwa dari 11 merek permen susu yang ada TK, TS, KPBS, Billadi, Barokah, Nasional, Milkiko, Asli, HD dan KS termasuk merek Kop-Yes hanya 22 orang mengetahui merek Kop-Yes, dari 22 orang yang mengetahui merek Kop-Yes hanya 10 orang (45,4%) yang tertarik dengan merek Kop-Yes sedangkan dari 10 orang yang pernah membeli merek Kop-Yes didapati hanya 3 orang (30%) yang membeli permen susu Kop-Yes. Alasan – alasan wisatawan kurang tertarik untuk membeli permen susu Kop-Yes dikarenakan rasa yang kurang enak, kemasan kurang menarik dan produk tidak direkomendasikan toko saat membeli.

Berdasarkan studi awal ini dapat diketahui bahwa keputusan membeli konsumen terhadap produk Hokinah masih rendah hal ini ditandai dengan konsumen yang cenderung lebih memilih produk pesaing. Dari studi awal tersebut terindikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk permen susu. Berikut merupakan faktor – faktor tersebut.

1. Citra Merek
2. Promosi
3. Kualitas Produk

Dapat dilihat pada faktor – faktor diatas bahwa terdapat 3 faktor yang terindikasi yaitu variabel merek, promosi dan kualitas produk. Faktor diatas dapat didukung dengan adanya penelitian Hadinata (2022) dengan judul "Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Keputusan Pembelian Produk Sambal Mbok De" membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian produk sambal Mbok De antara lain produk, harga, tempat dan promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Terdapat sekumpulan alat pemasaran taktis yang digabungkan oleh perusahaan untuk mencapai respons yang diinginkan di pasar target yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Menurut Solomon (2019) Reputasi merek berpengaruh pada perilaku konsumen dalam hal pembelian produk. Konsumen cenderung memilih merek atau produsen produk yang memiliki reputasi baik karena dapat memberikan keyakinan dan kepercayaan pada produk tersebut. Oleh karena itu ketiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dalam memilih produk permen susu Kop-Yes semakin diperkuat.

Berdasarkan data yang telah diperoleh maka didapatkanlah identifikasi masalah yaitu perusahaan Hokinah mengalami penurunan penjualan yang mungkin dipengaruhi oleh rendahnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk permen susu. Dari masalah tersebut didapati rumusan masalahnya. Berikut merupakan rumusan masalahnya.

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk permen susu di Pangalengan?
2. Usulan perbaikan apa saja yang diberikan kepada perusahaan Hokinah berdasarkan strategi peningkatan penjualan?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi**

Pembatasan masalah adalah batasan-batasan yang ditetapkan dalam penelitian yang bertujuan untuk memfokuskan permasalahan yang diteliti pada suatu aspek tertentu. Pembatasan masalah merupakan bagian penting dari penelitian yang dapat membantu menyederhanakan permasalahan yang diteliti dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sedangkan asumsi adalah suatu keyakinan sementara yang dipakai sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan atau mengambil tindakan. Asumsi dapat berupa konsep, prinsip, atau teori yang dianggap benar dan dijadikan dasar dalam penelitian.

Dalam sub bab ini akan dilakukan pembahasan mengenai pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan. Pembatasan masalah dan asumsi digunakan agar penelitian dapat berfokus pada tujuan yang ingin dicapai. Berikut merupakan batasan masalah yang dijabarkan dalam bentuk poin – poin :

1. Permasalahan yang diidentifikasi hanya berfokus pada produk permen susu
2. Penelitian hanya dilakukan di daerah Pangalengan
3. Usulan perbaikan tidak langsung semua diterapkan di perusahaan Hokinah

Lalu adapun asumsi pada penelitian ini. Berikut merupakan asumsi tersebut.

1. Konsumen memiliki keputusan pembelian yang rasional
2. Produk permen susu Kop-Yes selalu tersedia

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada subbab ini akan dijelaskan tujuan penelitian dari permasalahan yang ada. Tujuan penelitian tersebut akan dijabarkan dalam bentuk poin – poin. Berikut merupakan tujuan penelitiannya.

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh pabrik Hokinah.
2. Menyusun usulan perbaikan yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh pabrik Hokinah.

Tujuan penelitian tersebut bertujuan untuk mengatasi masalah penurunan jumlah penjualan yang mungkin dipengaruhi oleh rendahnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh pabrik Hokinah dengan cara meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

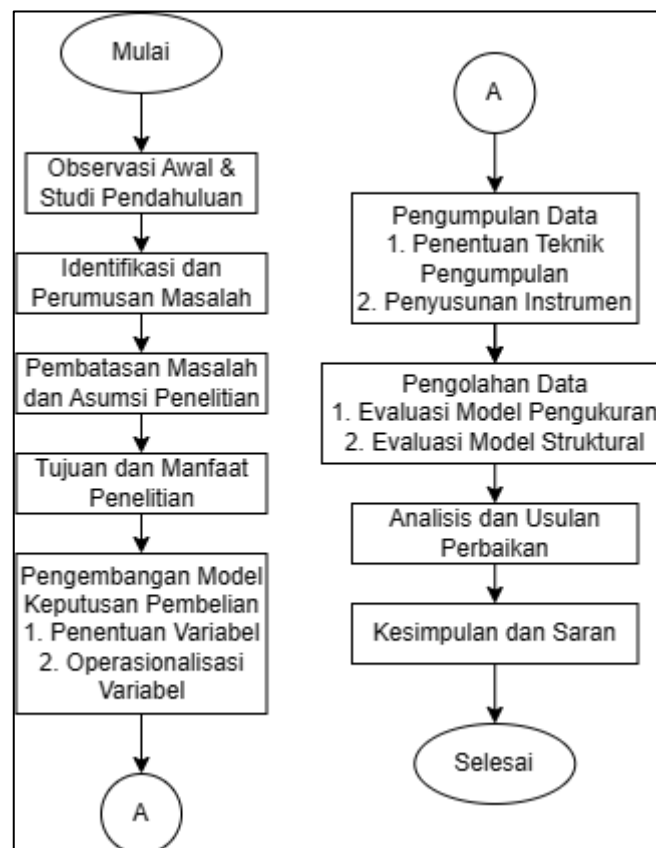
#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Dalam sub bab ini akan dibahas mengenai manfaat penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan penelitian ini maka terdapat beberapa manfaat yang akan didapatkan. Berikut merupakan manfaat yang akan didapatkan melalui penelitian yang dilakukan.

1. Perusahaan Hokinah: Meningkatkan keputusan pembelian wisatawan terhadap produk yang dihasilkan
2. Peneliti: Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai masukan bagi peneliti, sekaligus sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait.

## I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tata cara yang digunakan dalam menyelesaikan suatu penelitian. Metodologi penelitian menjelaskan bagaimana peneliti akan mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyimpulkan hasil penelitian. Berikut merupakan diagram alir metodologi penelitian yang dilakukan.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

Dapat dilihat pada Gambar I.3 terdapat beberapa tahapan yang dilakukan. Tahapan ini dilakukan dengan melihat masalah awal lalu mengumpulkan dan mengolah data untuk membuat usulan bagi perusahaan Hokinah. Berikut merupakan langkah-langkah metodologi penelitian yang dilakukan.

1. Observasi Awal dan Studi Pendahuluan, peneliti akan mencari perusahaan yang akan diteliti beserta mempelajari terkait perusahaan Hokinah beserta studi awal yang dikaitkan dengan studi literatur untuk

mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian permen susu Kop-Yes.

2. Identifikasi dan Perumusan masalah, peneliti akan mengidentifikasi permasalahan di perusahaan Hokinah melalui wawancara kepada pemilik hingga menyebarkan kuesioner kepada wisatawan untuk mengetahui masalah yang terjadi hingga diketahui bahwa produk permen susu kalah saing dengan permen susu merek lainnya yang mungkin dipengaruhi oleh rendahnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.
3. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian, peneliti akan membuat 3 poin batasan-batasan dan 2 poin asumsi dalam penelitian ini.
4. Tujuan dan manfaat penelitian, peneliti akan memberitahukan tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini. Pada tujuan terdapat 2 poin dan pada manfaat juga terdapat 2 poin.
5. Pengembangan model penelitian, peneliti akan merumuskan hipotesis yang akan diuji yaitu bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk permen susu di perusahaan Hokinah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Didapati 5 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, citra merek, promosi dan lokasi.
6. Pengumpulan data, peneliti akan mengumpulkan data menggunakan platform kuesioner langsung dan *google form* dalam 2 bagian menggunakan skala likert 1-5. Populasinya adalah wisatawan yang berkunjung ke Pangalengan dan mengetahui produk permen susu merek Kop-Yes. Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah minimum 145 sampel dan digunakanlah 148 sampel.
7. Pengolahan data, peneliti akan menguji model penelitian dengan evaluasi model pengukuran dengan tahapan *consistency internal*, *convergent validity* dan *discriminant validity*. Pada evaluasi model pengukuran ingin diketahui data yang digunakan sudah reliabel dan valid atau belum. Lalu peneliti akan menguji model penelitian juga dengan melakukan evaluasi model struktural. Pada evaluasi struktural dilakukanlah beberapa tahap seperti *collinearity*, *path coefficient* dan *R squared*.
8. Analisis dan usulan perbaikan, peneliti akan menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode yang akan digunakan untuk

membuat usulan perbaikan. Usulan perbaikan yang diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk permen susu di perusahaan Hokinah. Terdapat 18 usulan yang diberikan bagi perusahaan yang terdiri dari 6 usulan pada variabel promosi, 5 usulan pada variabel kualitas produk, 4 usulan pada variabel harga dan 3 usulan pada variabel citra merek.

9. Kesimpulan dan saran, peneliti akan memberikan kesimpulan dari rumusan masalah pada penelitian ini. Pada saran, peneliti akan memberikan masukan sebagai perbaikan bagi perusahaan dan peneliti kedepannya. Bagi perusahaan terdapat 2 poin saran sedangkan bagi peneliti terdapat 2 poin.

