

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia Kuliner saat ini menjadi lahan bisnis yang menguntungkan dilihat dari segi bisnisnya. Salah satu kuliner khas daerah yang ada di Indonesia ada di Kota Madiun. Wisata kuliner di Kota Madiun ini sangat beragam mulai dari makanan khas sampai jajanan pasarnya yang bisa digunakan oleh-oleh. Persaingan dalam bidang kuliner di Kota Madiun sudah tidak mungkin dipungkiri. Oleh karena itu memerlukan inovasi produk untuk bisa bertahan dan bersaing di dalam dunia kuliner, untuk terciptanya keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Untuk terciptanya pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui persis apa yang jadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen, sehingga produk yang pasarkan sesuai dengan permintaan konsumen.

Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis. Sehingga dalam menghadapi kondisi saat ini akan terdapat banyak sekali jawaban yang tentu saja berbeda antara satu dengan yang lain tergantung pada faktor kebutuhan. Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam inovasi produk dan persepsi harga masing-masing depot pecel di Kota Madiun tentunya ada perbedaan. Bagi suatu depot nasi pecel faktor terpenting adalah harga dan produk dengan konsumen.. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut **Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012:345)**, harga dapat

didefenisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jika didefenisikan secara luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Saat ini banyak bisnis kuliner yang bermunculan, namun tidak sedikit juga yang hilang karena tidak bisa mempertahankan eksistensinya. Tingginya minat masyarakat atas dunia kuliner menjadikan peluang yang sangat baik untuk membuka usaha di bidang ini. Salah satu bisnis atau usaha kuliner khas Kota Madiun yang memperhatikan hal-hal tersebut adalah Depot Nasi Pecel Bu Atik. Proses keputusan pembelian selalu terjadi pada konsumen saat akan membeli suatu produk. Salah satu produk yang banyak diminati oleh semua kalangan adalah produk kuliner atau makanan dan minuman.

Inovasi menjadi pembeda antara produk makanan Depot Nasi Pecel Bu Atik dengan produk makanan pada rumah makan lainnya berbeda. Keunikan yang dikembangkan di Depot Nasi Pecel Bu Atik seperti : penyajian yang sudah moderen, memiliki berbagai macam pilihan sambal pecel dengan level kepedasan yang mengikuti perkembangan jaman, kemasan sambal pecel yang menarik, dan menu yang unik. Inovasi tersebut bertujuan untuk mengubah konsep berpikir masyarakat khususnya para peminat makanan khas Kota Madiun, bahwa tidak semua depot nasi pecel diperuntukan orang Madiun dan orang tua saja yang lebih menyukai nasi pecel , namun bisa untuk semua kalangan yang menyukai produk nasi pecel khas Madiun. Dengan melakukan inovasi tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri untuk produk tersebut. Produk-produk yang diinovasikan oleh depot nasi pecel Bu Atik adalah inovasi

yang termasuk sangat unik dan menarik. Konsumen akan dapat langsung membedakan dan mudah mengingat, mana produk depot nasi pecel Bu Atik dan produk competitor.

Keputusan konsumen sebagai pilihan yang dibuat oleh konsumen yang sangat berhati-hati dalam menilai dan dari pilihan yang tersedia, yang dibuat jelas oleh informasi yang dikumpulkan dari berbagai sisi setelah tujuan yang jelas dalam pikiran. Keputusan pembelian pelanggan adalah subjek yang sangat rumit dan kuat. Keputusan pembelian pelanggan dapat diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan langsung dengan memperoleh, mengonsumsi, membuang produk atau jasa. Keputusan pembelian pelanggan sangat dipengaruhi oleh sikap, niat perilaku, dan persepsi Mahmud, Uma, Vinod. (2008).

Para konsumen depot nasi pecel Bu Atik kemungkinan sebagian besar adalah masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah yang ingin menikmati makanan dengan harga yang terjangkau dengan tempatnya nyaman. Oleh karena itu kemungkinan yang menjadi konsumen depot nasi pecel Bu Atik adalah masyarakat yang tinggal di daerah pemukiman pada daerah itu yaitu Pagotan Madiun serta masyarakat di daerah Kota Madiun dan sekitarnya.

Faktor lainnya yang memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja adalah faktor harga. Menurut Philip Kotler dan Gery Armstrong (2012:278) menjelaskan bahwa ada 4 ukuran yang mencirikan harga yaitu : keterjangkauan harga, daya saing harga, persepsi harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat. Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Hal ini

mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada minat beli dan keputusan pembelian. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Keadaan persaingan yang semakin kompetitif sekarang ini, perbedaan harga dirasakan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian dimana umumnya konsumen akan memilih harga yang paling murah untuk suatu produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan data penjualan dari depot nasi pecel Bu Atik diketahui bahwa dalam 5 bulan mulai bulan Oktober 2020 sampai dengan Februari 2021 jumlah pengunjung yang datang untuk membeli di Depot Nasi Pecel cenderung mengalami penurunan, seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1

Data Pengunjung Depot Nasi Pecel Bu Atik

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Oktober 2020	375
2	November 2020	354
3	Desember 2020	361
4	Januari 2021	342
5	Februari 2021	301

Sumber : Depot Nasi Pecel Bu Atik

Penurunan jumlah konsumen yang berkunjung pada depot nasi pecel Bu Atik akan diikuti dengan menurunnya jumlah penjualan depot nasi pecel Bu Atik tersebut. Konsumen akan lebih memilih depot yang strategis dengan pertimbangan mudah dijangkau kendaraan umum serta tempat parkir kendaraan

yang mudah bahkan membelanjakan uangnya di depot nasi pecel lainnya dengan pertimbangan harga yang relatif lebih murah dan lebih terjangkau.

Berdasarkan latar belakang di atas terkait inovasi produk dan persepsi harga suatu produk yang kemungkinan menjadi faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian maka peneliti tertarik untuk mengangkat kondisi tersebut dalam suatu penelitian dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DEPOT NASI PECEL BU ATIK MADIUN)”**

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah ada pengaruh secara parsial inovasi terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun ?
- 2) Apakah ada pengaruh secara parsial persepsi harga terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun ?
- 3) Apakah ada pengaruh secara simultan inovasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan yang disesuaikan dengan permasalahan di atas, yang dituangkan dalam judul penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui secara parsial pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun.
- 2) Untuk mengetahui secara parsial persepsi harga terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun..
- 3) Untuk mengetahui secara simultan inovasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian nasi pecel Bu Atik Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis

- 1) Dapat menjadi bahan pertimbangan pentingnya serta sebagai bahan pertimbangan inovasi produk dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen
- 2) Dapat bermanfaat sebagai salah satu referensi bagi pengembangan teori keputusan pembelian
- 3) Sebagai bahan pembandingan antara teori dan fakta atau kenyataan yang terjadi di lapangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis atau peneliti penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumbangan yang cukup penting terhadap ilmu dan pengetahuan yang selama ini telah diperoleh dalam perkuliahan.
- 2) Bagi pemilik depot dapat dijadikan salah satu pertimbangan dan bahan acuan tentang bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen dan dapat memberikan

masukan tentang inovasi produk depot dan persepsi harga guna peningkatan omset depot.

- 3) Bagi lembaga pendidikan sebagai suatu hasil kerja dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan dibidang yang sama.