

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan (Geoffrey G. Meredith et. Al, 1995). Sedangkan menurut Richard Cantillon (1775) kewirausahaan sebagai pekerjaan itu sendiri (wirausaha). Seorang pengusaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang beresiko atau ketidakpastian. Kewirausahaan adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk menentukan, mengembangkan, menggabungkan inovasi serta cara untuk menciptakan suatu produk yang memiliki nilai manfaat sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan penghasilan bagi seseorang. Contoh penciptaan usaha jasa cuci motor atau mobil dan warung kopi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito 2003). Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tanah

dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- dan milik warga Negara Indonesia. Salah satu contoh UMKM adalah usaha jasa cuci motor atau mobil dan warung kopi.

Fenomena adalah hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (seperti fenomena alam); gejala contoh: gerhana adalah salah satu fenomena ilmu pengetahuan. Warung kopi Dolor Dewe adalah salah satu warung kopi yang ada di Desa Suci Gresik. Dolor Dewe merupakan salah satu usaha warung kopi yang ikut dalam persaingan bisnis makanan dan minuman yang ada di Desa Suci Gresik, dalam persaingan tersebut warung kopi Dolor Dewe mempunyai sesuatu hal yang berbeda dengan tidak mengandalkan pada produk yang pernah ada, karena konsumen selalu menginginkan produk baru yang memiliki sesuatu yang menarik dan memiliki sesuatu yang berbeda dengan produk lain di pasar. Kenyataan bahwa di area tersebut banyak tipe jenis usaha yang sama. Tetapi warung kopi Dolor Dewe memiliki keunikan tersendiri melalui penyajian menu produk yang memiliki keunikannya sendiri dengan menyajikan produk yang tidak biasa. Produk tersebut seperti susu kopi, kopi Dolor Dewe dan *white coffee* Dolor Dewe. Harga produk di Dolor Dewe juga lebih terjangkau dari pada warung kopi lain yang ada di Daerah Suci karena lokasi warung kopi Dolor Dewe sendiri bukan di samping jalan raya tetapi di dalam perkampungan.

Keputusan pembelian merupakan faktor penentu performa penjualan. Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian antara sikap dan pengetahuan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengevaluasi dua atau lebih alternative pilihan dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2003). Oleh karena itu, pelaku usaha harus dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen supaya dapat melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan sehingga berdampak pada loyalitas konsumen. Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu: seperti kualitas produk dan harga (Khare, 2013). Banyaknya warung kopi atau *coffee shop* menjadikan pengusaha *coffee shop* semakin berinovasi yang mengakibatkan ekspektasi pelanggan terhadap barang yang dijual semakin tinggi, hal ini menuntut pelaku usaha warung kopi lebih fokus pada upaya bagaimana mempertahankan loyalitas konsumennya. Mempertahankan pasar yang ada melalui pengembangan loyalitas pelanggan adalah salah satu tujuan strategi sebuah bisnis.

Kualitas produk merupakan keseluruhan fitur dan sifat dari sebuah produk yang berupa barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik dinyatakan secara lisan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009: 143). Kualitas menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Jika ingin meningkatkan loyalitas ke level yang lebih tinggi maka kualitas produk harus di tingkatkan. Menghasilkan dan menjual produk yang berkualitas adalah dambaan setiap perusahaan. Perhatian pada peningkatan kualitas merupakan kebijakan

penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan untuk berlomba-lomba memberikan kualitas melebihi pesaingnya.

Harga adalah pembayaran sejumlah uang terhadap suatu produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapat manfaat dari barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2008: 345). Harga adalah total nilai yang ditukarkan guna mendapatkan suatu produk atau jasa (Stanton, 2007: 136). Menyatakan harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang diperlukan untuk mendapat kombinasi dari barang yang disertai dengan pemberian jasa. Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

Lokasi adalah faktor penentu utama pendapatan, permasalahan kontak konsumen yang tinggi, biaya secara relatif konstan di area yang dituju, oleh karenanya fungsi pendapatan sangat penting (Render dan Heizer, 2015: 394). Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dikerjakan perusahaan untuk mencari keuntungan atau nilai tambah. Perkembangan bisnis tersebut juga dialami di Desa Suci terutama bisnis *coffee shop*. Aneka ragam aktivitas bisnis mulai bermunculan dan berkembang, seperti bisnis dalam bidang kuliner, manufaktur, ataupun jasa. Dalam melakukan kegiatan bisnis, seorang pengusaha harus memiliki keputusan dalam pemilihan lokasi yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah

strategis dan mudah untuk dijangkau. Keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis.

Keputusan lokasi perusahaan, strategi biasanya adalah meminimalkan biaya, meskipun inovasi dan kreativitas juga sangat penting (Render dan Heizer, 2014: 384). Dalam melakukan kegiatan bisnis, seorang pengusaha harus memiliki keputusan dalam pemilihan lokasi yang tepat. Kesalahan dalam pemilihan lokasi usaha berdampak pada kerugian pada lokasi usaha tersebut, sedangkan jika lokasi suatu usaha ditentukan dengan baik, maka akan mendapatkan laba hingga balik modal dalam kurun waktu tertentu. Sebelum suatu perusahaan mendirikan pabrik, biasanya direncanakan sebaik mungkin sebab letak berpengaruh pada biaya operasi/produksi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar (Heizer dan Render, 2015), Lokasi usaha dinilai sangat penting karena lokasi merupakan pengendali pendapatan dan anggaran badan usaha. Menurut Kotler (2008), salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya. Dan dalam penelitian ini membuat penulis tertarik meneliti apakah kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Sehingga penulis membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung kopi Dolor Dewe Di Suci Gresik.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bersumber pada latar belakang diatas, dalam riset ini bisa diformulasikan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah lokasi dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam riset ini, peneliti menghalangi pada masalah-masalah sebagai berikut:

1. Riset dilakukan di warung kopi dolor dewe di Suci Gresik.
2. Konsumen yang diteliti merupakan konsumen yang pernah membeli produk di warung kopi dolor dewe yang ada di Suci Gresik.
3. Produk yang diteliti hanya minuman.
4. Batas keputusan konsumen cuma pada kualitas produk, harga dan lokasi, untuk aspek yang lain dianggap konstan serta tidak mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.

## **1.4 Tujuan Masalah**

Ada pula tujuan dari riset ini merupakan:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat berpengaruh secara parsial keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah harga dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis/Akademis**

Hasil riset ini diharapkan bisa digunakan sebagai salah satu bahan data untuk riset lebih lanjut serta pula buat menaikkan rujukan taman pustaka Universitas sebagai wahana menggali ilmu pengetahuan.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dengan riset ini, diharapkan penulis bisa mempraktikkan ilmu yang diperoleh sepanjang perkuliahan ke dalam prakteknya.