

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman modern ini, dunia bisnis semakin berkembang dengan pesat. Demikian pula, pemasaran tumbuh dan berkembang seiring berjalannya waktu. Bisnis menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen. Tugas pemasaran adalah memperkenalkan produk kepada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhannya pada waktu dan tempat yang tepat.

Keripik pisang merupakan salah satu cemilan kekinian yang sedang populer dan digemari oleh Masyarakat terutama anak – anak milenial, baik didalam negeri maupun diluar negeri, dikarenakan pohon pisang di Indonesia cukup mudah tumbuh subur, memberikan potensi yang besar bagi usaha ini untuk dapat berkembang dan memperluas jaringan pasar tanpa khawatir kelangkaan bahan baku.

Namun tetap saja, memiliki bahan baku yang melimpah belum bisa menjamin produk tersebut akan laris dipasaran, penjual harus berinovasi menciptakan produk keripik pisang yang mampu menarik perhatian konsumen tanpa menghilangkan rasa nikmat pada keripik pisang itu sendiri. Penjual berinovasi menghadirkan keripik pisang dengan banyak varian rasa yang dapat menarik perhatian konsumen.

Penambahan varian rasa berdasarkan riset sederhana bahwa salah satu rasa pada keripik pisang 99 yaitu rasa “Tiramisu, coklat dan Matcha” merupakan citarasa makanan yang memiliki jumlah peminat terbanyak. Selain itu, perpaduan rasa pisang asli dengan tambahan rasa tiramisu, coklat maupun matcha menciptakan

rasa yang unik tetapi tidak menimbulkan rasa eneg saat memakannya. Penjual merekomendasikan memakannya saat keadaan dingin.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan pembelian. konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang akan dibeli. Dalam suatu usaha yang menjadi perhatian konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya lebih tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak dan juga memiliki tata penyajian yang menarik. Hal ini berkaitan dengan kemajuan zaman dan teknologi, Dimana Sebagian besar penjual kerap kali menghadirkan foto produk yang mereka jual dan mempostingnya di akun media sosial agar dapat menarik banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut (Hasdiana 2018), kualitas produk adalah sekumpulan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Artinya adalah produk yang ditawarkan oleh setiap badan usaha harus memiliki ciri khas yang menjadikannya unik, istimewa, dan unggul agar dapat mencapai target pasar. Kualitas produk yang baik menjadi salah satu faktor dalam keputusan pembelian konsumen.

Selain kualitas produk terdapat faktor yang sangat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian salah satu nya adalah harga, merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Menurut (Siti Nur Nahya, N.Rachma 2019:5) harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang bukan saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Harga semata – mata tergantung pada kebijakan penjual, tetapi tentu saja masih dalam pertimbangan

berbagai hal. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga pada produk serupa yang diproduksi atau dijual oleh pesaing lain. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan merupakan satu – satunya variabel pemasaran yang bersifat fleksibel (mudah dirubah sewaktu- waktu) harga juga mempunyai hubungan langsung dengan tingkat pendapatan usaha.

Pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. lokasi strategis menjadi faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. (Rahmat 2018) menjelaskan bahwa suatu badan usaha yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih diminati dibandingkan badan usaha yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya kesamaan atau serupa.

Keputusan pembelian terjadi melalui beberapa tahapan proses atau pertimbangan konsumen untuk membeli produk tersebut. Menurut (Hamdat 2020) keputusan pembelian adalah Langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli sesuatu untuk konsumsi pribadi. Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk mencari, membeli, mengkonsumsi, dan mengevaluasi. Dalam hal ini konsumen perlu berpikir dua kali sebelum membeli untuk mencapai kepuasan. Oleh karena itu, sebelum mengambil keputusan yang matang, konsumen biasanya memperhatikan beberapa langkah seperti membandingkan merek dalam beberapa kelompok, mempertimbangkan kualitas produk, dan melakukan pembelian. Pengambilan keputusan, kepuasan konsumen. Keputusan pembelian ini tidak mudah dan melibatkan pertimbangan lain seperti kualitas produk, harga dan lokasi.

Toko keripik pisang 99 adalah usaha UMKM yang bergerak di bidang snack makanan ringan salah satunya adalah keripik pisang, yang beralamat di Jl. Beji no 65 Rt 12 Rw 5, Ds Gumeno, Manyar, Gresik, berdasarkan observasi yang dilakukan di toko keripik pisang 99 terdapat beberapa fenomena yang ditemukan salah satunya adalah kualitas pada produk. Konsumen sering mengeluhkan tentang keripik pisang yang kurang renyah atau tidak enak, selain penjual juga kurang memikirkan tentang harga pada keripik pisang ini dikarenakan harga pada bahan yang tidak stabil yang menyebabkan beberapa konsumen mengeluhkan tentang harga yang ditampilkan.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah keputusan pembelian adalah lokasi yang kurang strategis atau jauh dari pusat keramaian karena tempat yang berada di dalam desa dan jarak yang jauh dari gang ke toko yang menyebabkan konsumen kesulitan menemukan lokasi toko keripik pisang tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, guna dapat meneliti lebih dalam mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko keripik pisang 99 maka peneliti tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Keripik Pisang 99 Gresik”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dapat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik?

2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik?
4. Apakah kualitas produk, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini digunakan untuk menghindari adanya pelebaran topik penelitian. Sehingga lingkup penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko keripik pisang 99 Gresik.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan batasan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara pasial terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik.
3. Untuk mengetahui harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko keripik pisang 99 Gresik.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan pemilik usaha. juga sebagai bahan pertimbangan untuk mengadakan perbaikan dalam masalah yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian di toko keripik pisang 99 Gresik.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Universitas**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu pertimbangan dalam penentuan kebijakan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan sebagai perbandingan untuk penulis sejenis sebelumnya.

#### **2. Bagi peneliti**

Peneliti mengharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah kontribusi secara perkembangan ilmu pengetahuan. Kontribusi ilmu yang diperoleh adalah manajemen pemasaran. Penulis menggunakan variabel kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian sebagai bahan pokok dasar penelitian. Sehingga dapat memberikan kontribusi berupa perkembangan diri dari berbagai macam ilmu yang diperoleh akan berguna di masa yang akan datang.