

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perdagangan pada era globalisasi ini tidak dapat dipungkiri tidak luput dari persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk yang ia tawarkan. Namun hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, seseorang harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan disasar. Selain tiap perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi, perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk atau jasanya kepada calon konsumen, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli. Yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini ialah bisnis kuliner, dimana pada saat ini dunia kuliner menjadi *trend* di kalangan masyarakat dan merupakan kebutuhan manusia yang paling utama. Terlebih lagi Indonesia dikenal dengan dunia kulinernya sehingga makanan yang dijual belikan pun tersedia dalam berbagai jenis. Karena

pangan merupakan kebutuhan manusia yang utama. Maka usaha dibidang kuliner pun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia kuliner semakin tinggi, dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ada saat ini. Perencanaan strategi pemasaran berarti upaya menemukan peluang menarik dan penyusunan strategi pemasaran yang berlababa. Dimana strategi pemasaran menerapkan pasar target dan bauran pemasaran atau lebih dikenal 4p (*product, place, promotion dan price*) untuk barang. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Dimana faktor kualitas produk, dan lokasi merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah kualitas produk (*product*), dan lokasi (*place*). Presepsi kualitas produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Variabel produk berkaitan dengan upaya mengembangkan “produk” yang tepat bagi pasar target. Dan dalam setiap menjalankan proses bisnis, baik produk maupun jasa yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan harga yang diberikan. Dengan kualitas produk yang baik, suatu perusahaan dapat memperthankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu peningkatan

kualitas produk diharapkan dapat terus ditingkatkan bagi yang ingin membuka usaha baru, karena peningkatan kualitas produk secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa yang kita jual, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan jumlah pendapatan per bulannya. Faktor lokasi juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang lokasinya tidak jauh dari lingkungan kampus maupun kantor. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi : pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), didaerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada “Warung Tiga Putri Dewi” yang dimana Warung Tiga Putri Dewi ini merupakan jenis usaha yang didirikan oleh keluarga Bpk Salekan yang ada di Jl. Rungkut Menanggal Harapan S-6 Surabaya. Warung ini menjual ragam penyetan seperti bebek goreng, ayam goreng, pecel lele, tahu, tempe dll. Lokasi Warung Tiga Putri Dewi ini yang berada di Jl. Rungkut Menanggal Harapan S-6 Surabaya dapat dibilang cukup strategis, yaitu terletak dekat dengan Masjid AL-Wahyu, Kampus UPN “Veteran” Jawa Timur, akses jalan raya yang cukup ramai sehingga tidak sedikit mahasiswa, masyarakat

perumahan, pengurus masjid, para wisatawan yang tinggal di daerah sana mayoritas pembeli di Warung Tiga Putri Dewi. Dan untuk jam buka Warung Tiga Putri Dewi mulai jam 16.00-23.00. Para pecinta makanan penyetan cukup dimanjakan akan disediakannya ragam jenis olahan penyetan di warung ini.

Warung Tiga Putri Dewi sendiri hanya memiliki satu lokasi yang ada di Jl. Rungkut Menanggal Harapan S-6 Surabaya yang sempat pindah selama 3 (Tiga) bulan di Jl. Kyai Abdul Karim No. 72 Surabaya dan akhirnya kembali lagi ke tempat asalnya setelah selesai direnovasi. Dibawah ini merupakan salah satu data jumlah penjualan Warung Tiga Putri Dewi pada tahun 2017.

Tabel 1.1

Pendapatan Bersih Warung Tiga Putri Dewi di Kota Surabaya

Pada Tahun 2017

Bulan	Pendapatan
Januari	6.000.000
Februari	6.250.000
Maret	6.000.000
April	6.450.000
Mei	4.550.000
Juni	4.750.000
Juli	4.750.000
Agustus	6.000.000
September	6.250.000

Oktober	6.500.000
November	6.750.000
Desember	6.750.000
Jumlah	71.000.000

Sumber : Warung Tiga Putri Dewi di Kota Surabaya

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa penjualan di Warung Tiga Putri Dewi mengalami fluktuasi kenaikan. Penjualan dari bulan Januari sampai bulan April mengalami kondisi yang stabil, tetapi pada bulan Mei ke bulan Juli mengalami penurunan yang drastis dikarenakan pindah lokasi selama 3 (Tiga) bulan. Dan pada bulan Agustus ke bulan Desember mengalami kenaikan yang fluktuatif. Hal ini harus diperhatikan oleh pemilik untuk lebih memahami lagi keinginan konsumen dan lokasi yang strategis di Warung Tiga Putri Dewi.

Dari waktu ke waktu pendapatan yang diraih oleh Warung Tiga Putri Dewi tidak selalu mengalami kenaikan. Beberapa bulan terakhir ini pendapatan Warung Tiga Putri Dewi mengalami penurunan dan kenaikan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Warung Tiga Putri Dewi.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara lokasi dengan kualitas produk yang mereka terima.

Kualitas Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan usahanya. Tentu dalam memilih sebuah produk konsumen akan mempertimbangkan manfaat yang ia dapatkan dari produk tersebut, maka dari itu dalam membuat sebuah produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen.

Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dekat dengan jalan raya dan parkir motor kendaraan yang mudah merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk membeli makanan di Warung Tiga Putri Dewi mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat makan tersebut.

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, dan**

Lokasi Terhadap Keputusan Membeli Pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai :

1. Apakah Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya?
2. Apakah Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya pemasaran. Dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi bagi peneliti – peneliti selanjutnya yang tertarik pada masalah yang terkait.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam Keputusan untuk Membeli pada Warung Tiga Putri Dewi di Surabaya seperti faktor Kualitas Produk, dan Lokasi.