

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Produk menurut Kotler (2008:346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk yang terus-menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar.

Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Menurut Kotler (2008:354) kualitas produk adalah senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing (Nela, 2012:5). Sehingga definisi ini dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga menurut Kotler (2008:357) adalah sejumlah uang yang di tukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Penentuan

harga dapat berpengaruh terhadap posisi perusahaan. Pada produk yang umum, penurunan harga dapat berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan tingkat kualitas produk yang dihasilkan. Yang nantinya juga akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan aspek pelayanan yang berkualitas. Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Apabila terjadi tuntutan dari para konsumen maka konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat, dan tepat. Kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh disamping kualitas produk yang dihasilkan dan harga yang ditawarkan. Berapapun harga yang dikenakan apabila kualitas pelayanannya buruk maka perusahaan akan sulit untuk mendapat banyak pelanggan. Banyak perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang baik pada konsumen mereka dengan tujuan agar para konsumen tidak pindah ke produk yang lain. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan omzet penjualan. Kualitas produk, harga dan kualitas layanan merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen dan dapat dijadikan sebagai acuan oleh perusahaan agar tetap bisa bersaing dengan para pesaing.

Keputusan pembelian konsumen terhadap barang atau jasa sering kali melibatkan dua pihak atau lebih. Menurut Simamora (2005:15), terdapat lima peranan yang terlibat. Kelima peran tersebut meliputi yang pertama Pemrakarsa (*initiator*) yaitu orang yang pertama kali menyarankan ide untuk membeli suatu barang atau jasa, ke dua Pembawa pengaruh (*influencer*) yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasehat yang mempengaruhi keputusan pembelian, ke tiga Pengambil keputusan (*decider*) yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian, ke empat Pembeli (*buyer*) yaitu orang yang melakukan pembelian

secara nyata, dan yang terakhir ke lima Pemakai (*user*) yaitu orang yang mengkonsumsi dan menggunakan barang atau jasa yang dibeli.

Persaingan yang sangat ketat dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada warung makan yang ada di Kecamatan Jelbuk. Di Kecamatan Jelbuk sendiri terdapat banyak warung makan, baik yang di pinggir jalan maupun di tempat lainnya. Semakin menjamurnya warung makan di Kecamatan Jelbuk sendiri dikarenakan kebiasaan orang-orang yang senang makan di warung ketimbang di rumah karena lebih praktis. Ini menjadikan satu alasan mengapa banyak warung makan didirikan. Kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan untuk melepas kepenatan itu biasanya dengan bersantai makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang dengan kerabat atau teman-teman komunitasnya.

Warung makan sendiri dapat dijadikan sebagai tempat berkumpul atau bahkan bisa dijadikan sebagai tempat pergaulan sosial. Kebiasaan berkumpul di warung makan memang sudah menjadi sebuah kebiasaan bagi masyarakat yang selalu sibuk dan tidak sempat makan di rumah. Karena berkumpul di warung makan bisa membuat mereka melupakan sejenak masalah-masalah yang sedang mereka hadapi. Warung makan Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember merupakan salah satu tempat dari sekian banyak tempat yang sering dipilih oleh masyarakat yang ingin menikmati makanan, secangkir kopi atau minuman selain kopi. Meskipun diberi nama warung, Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember memiliki tempat yang tidak seperti warung biasa. Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember memiliki tempat yang sedikit modern. Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember berada di Jl. raya Jember - Bondowoso. Letak yang sangat strategis ini memudahkan masyarakat untuk bisa menghabiskan sedikit waktu mereka disana. Bahkan masyarakat dari luar kota pun ada yang menjadikan Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember sebagai tempat beristirahat bagi mereka yang melakukan perjalanan jauh khususnya masyarakat dari Bondowoso atau dari Jember yang kebetulan melewati jalan tersebut. Di Kecamatan Jelbuk sendiri terdapat beberapa

warung makan seperti warung MbK Elok, Nurmie, dan lainnya. Dengan harga yang relatif terjangkau, warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember bisa dijadikan alternatif tempat berkumpul untuk menghilangkan kepenatan. Tidak hanya orang dewasa saja yang sering berkunjung kesana, anak muda pun sering terlihat duduk-duduk santai sambil menikmati secangkir kopi atau makanan disana. Suasana yang nyaman serta ditambah sedikit hiburan seperti tersedianya televisi, membuat pengunjung yang datang merasa nyaman.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun yang dilakukan penelitian oleh Nopita, 2016 tentang analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko maju bandar lampung, dengan tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linier berganda dan menggunakan uji asumsi klasik menggunakan program spss. Sehingga hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan peneliti adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka, tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Warung Tumbin Kec. Jelbuk Kab. Jember.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan
Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman tentang semua hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran khususnya lagi tentang perilaku konsumen.
2. Bagi Perusahaan
Memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan, dasar pemikiran, dan menentukan strategi pemasaran yang akan datang.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi yang ingin melakukan penelitian serupa dan diharapkan menjadi sumbangan pengetahuan yang dapat dikembangkan dikemudian hari.