

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner semakin meningkat dan mengalami perkembangan yang pesat, dimana dapat ditemui menjamurnya bisnis kuliner mulai dari yang berskala kecil, menengah dan besar. Bisnis berskala kecil yaitu bisnis kuliner yang terdapat di pinggir jalan, seperti warung-warung dan café tenda. Sedangkan bisnis berskala menengah, seperti depot, rumah makan, dan café.

Perkembangan bisnis kuliner diberbagai sektor kini telah memasuki babak baru, kita bisa melihat banyaknya organisasi ataupun perusahaan yang baru dibangun oleh para pebisnis. Hal ini menjadi salah satu bentuk semakin berkembangnya dunia ekonomi Indonesia. Sekarang telah memasuki era dimana semua pribadi bisa menjadi seorang pebisnis, banyak kesempatan yang dapat dilakukan oleh para pebisnis baru, dengan modal ilmu pengetahuan serta modal keuangan untuk membangun perusahaan sudah dapat menjadi seorang pebisnis yang handal dibidangnya masing-masing. Sehingga, konsumen akan lebih selektif mengambil keputusan pembelian. Faktor yang mendorong keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk yaitu Kualitas produk.

Kotler dan Keller (2009:143),Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Konsumen akan merasa sangat puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka

beli merupakan produk yang berkualitas. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Tjiptono (2008:151), Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Konsumen pada umumnya dalam suatu produk melihat dari sisi harga murah, dengan kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan harga. Akan tetapi, jika harga tidak sesuai dengan kualitas produk yang baik, konsumen akan merasa kecewa dan tidak akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama. Setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, konsumen juga mempertimbangkan lokasi.

Tjiptono (2015:345), Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang strategis dapat memperlancar suatu usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi usaha. Selain itu, dapat memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk usaha yang ditawarkan. Setelah kualitas produk, harga dan lokasi. Dari ketiga variabel diatas, tahap terakhir yaitu Konsumen mengambil sebuah keputusan pembelian.

Kotler (2012:166) keputusan pembelian adalah proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

beli merupakan produk yang berkualitas. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Tjiptono (2008:151), Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Konsumen pada umumnya dalam suatu produk melihat dari sisi harga murah, dengan kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan harga. Akan tetapi, jika harga tidak sesuai dengan kualitas produk yang baik, konsumen akan merasa kecewa dan tidak akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama. Setelah mempertimbangkan kualitas produk dan harga, konsumen juga mempertimbangkan lokasi.

Tjiptono (2015:345), Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang strategis dapat memperlancar suatu usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi usaha. Selain itu, dapat memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk usaha yang ditawarkan. Setelah kualitas produk, harga dan lokasi. Dari ketiga variabel diatas, tahap terakhir yaitu Konsumen mengambil sebuah keputusan pembelian.

Kotler (2012:166) keputusan pembelian adalah proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo).”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari - Taman (Sidoarjo)?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo)?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo)?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari- Taman (Sidoarjo) .

2. Untuk mengetahui Harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo).
3. Untuk mengetahui Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo).
4. Untuk mengetahui Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari-Taman (Sidoarjo).

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tentang pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian mie ayam hanaraya Tawang Sari-Sidoarjo.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti agar memiliki kemampuan dalam berbagai masalah di dunia usaha secara lebih obyektif
 - b. Bagi Pemilik Usaha
Sebagai evaluasi untuk lebih meningkatkan kualitas produk, harga dan lokasi. Selain itu juga dapat dijadikan pedoman untuk Warung Mie Ayam Hanaraya Tawang Sari agar menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

- c. Bagi Fakultas Ekonomi Adi Buana Surabaya
Hasil penelitian ini sebagai sumbangan karya ilmiah yang menambah kepustakaan, dan diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam di masa yang akan datang.