

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan suatu kota salah satunya dapat dilihat dari pertumbuhan ekonominya. Secara umum, dapat diperhatikan bahwa suatu kota yang berkembang dan maju memiliki tingkat perekonomian yang tinggi dan cenderung meningkat. Kecenderungan wilayah yang ingin berkembang dalam meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya adalah dengan pembangunan di sector industry, pertanian dan perdagangan. Hal tersebut di anggap mampu meningkatkan perekonomian dan menumbuhkan berbagai kegiatan yang saling berkaitan sehingga mampu berfungsi sebagai pendorong.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu yang memiliki peranan sangat vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di Negara-negara maju. Di indonesia sendiri peranan UMKM memiliki daya tahan tinggi untuk menopang perekonomian Negara, bahkan saat terjadi krisis global.

Website badan pusat statistic didapat informasi bahwa pada tahun 2019 terdapat 65.465.497 usaha kecil-menengah yang tersebar di Indonesia. Sedangkan jumlah UMKM di Jawa Timur mencapai 9.782.62 usaha. Dengan komposisi, UMKM yang bergerak di sector pertanian sebanyak 5.154.417 usaha. Sedangkan sector non pertanian sebanyak 4.618.283 jumlah unit usaha. Di Jawa Timur sendiri terdapat kota-kota industri UMKM seperti Mojokerto, Malang dan Sidorajo.

Sidoarjo sendiri merupakan kota pendukung bagi perekonomian kota Surabaya. Kota Sidoarjo telah ikut menjadi bagian dari industri berskala besar serta dicanangkan sebagai kota UKM Indonesia, hal tersebut tidak lepas dari jumlah usaha yang mencapai 171.1264 yang terbagi menjadi 16.000 usaha besar, 154.891 usaha mikro, 154 usaha kecil, 82 sentra industri yang tumbuh dan 11 kampung usaha.

Awal tahun 2020 hampir seluruh Negara bagian di dunia terkena wabah covid-19. Indonesia pun tak terhindar dari wabah covid-19. Sejak masuknya wabah covid-19 di Indonesia banyak kebijakan baru yang ditetapkan oleh pemerintah, salah satunya yaitu dengan menerapkan PSBB. Munculnya wabah ini menyebabkan perekonomian menjadi lesu. Hal ini tentunya berdampak pada semua aspek perekonomian di seluruh wilayah di Indonesia tidak terkecuali Sidoarjo, Jawa Timur. Sidoarjo yang terkenal dengan UMKM nya pun ikut mengalami dampak adanya PSBB tersebut. Persaingan semakin meningkat berdampingan dengan adanya kebijakan-kebijakan baru dari pemerintah, terlebih di sector perdagangan. Agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif dari sebuah usaha adalah keputusan pembelian konsumennya. Tidak mudah untuk memahami proses keputusan pembelian para konsumen. Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur - unsur yang ada dalam sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas. Salah satu yang dianggap ramai dalam persaingan bisnis yang sedang terjadi adalah bisnis Makanan dan Minuman.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi karena kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Peran perilaku konsumen diperlukan untuk mencapai tuntutan dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu pelaku usaha perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian melalui informasi yang ditujukan pada konsumen sehingga produk yang ditawarkan teraktualisasi pada keputusan pembelian. Untuk mempertahankan pangsa pasar pelaku usaha terlebih dahulu harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan produk yang menonjol sehingga memberikan kesan menarik oleh konsumen. Tuntutan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk. Definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika, dan sebagainya.

Dalam definisi strategis kualitas adalah suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki (Sunnyoto, 2012:231). Kualitas produk sangatlah perlu ditingkatkan guna meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas yang semakin baik akan semakin banyak konsumen percaya akan suatu produk tersebut dan membelinya.. kualitas dari produk juga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keragaman menu adalah sejumlah kategori barang (produk) yang berada di dalam toko, kedai, atau departemen store. Kedai dengan banyaknya jenis barang dagangan (produk) dapat dikatakan mempunyai keluasan yang bagus. Dalam definisi strategis, keragaman menu adalah keragaman

mulai dari rasa, ukuran, kualitas, serta ketersediaan produk yang dapat memperluas target pasar dan memenuhi keinginan konsumen. Hal ini karena konsumen memiliki selera yang berbeda-beda Listiyorini (2013). keragaman menu merupakan faktor yang sangat penting untuk dapat memperluas target pasar, dengan adanya keragaman menu yang menarik maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarah seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran Dharmamesta dan Irwawan (2010:349). usaha untuk mengenalkan produk kepada pasar yaitu dapat dilakukan dengan strategi promosi. Konsep yang dipakai untuk mengenalkan produk yaitu *promotion mix*, kegiatan - kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Dengan memanfaatkan strategi promosi, pelaku usaha harus mampu mengembangkan bisnisnya dan mampu meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian mempunyai arti yaitu keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga. Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yaitu, kualitas produk yang ditawarkan, keberagaman dan kelengkapan menu yang ditawarkan, dan promosi yang ditawarkan. Namun ada hal penting yang harus diketahui pelaku usaha bahwa setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. (Daryanto, 2011:94) berpendapat bahwa Pada dasarnya keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh motif-motif pembelian dimana bisa karena pembeli melaksanakan

pembelian hanya pertimbangan secara emosional, seperti bangga, sugesti, dan sebagainya. Tetapi juga pembeli membeli secara rasional seperti harganya.

Dari banyaknya kedai minuman yang ada di Sidoarjo, salah satunya berdiri usaha kedai minuman dengan nama Yakini. Kedai Yakini merupakan salah satu kedai yang berdiri sejak 2 Oktober 2018. Pertama kali kedai tersebut didirikan di Sidoarjo tepatnya di daerah Krian, seiring berjalanya waktu outlet kedai Yakini menyebar hingga 3 unit yang tersebar di wilayah Sidoarjo dan Gresik. Waralaba atau *franchise* menjadi konsep bisnis kedai minuman Yakini. Salah satu kedai Yakini berdiri di jln. Kyai Mojo, No 258 Krian sidoarjo. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh selama 2 bulan kedai Yakini mengalami penurunan

**Tabel 1.1 Hasil Penjualan Minuman Kedai Yakini Sidoarjo  
Bulan November Tahun 2020**

| <b>Nama produk</b>       | <b>Produk Terjual</b> | <b>Penjualan Kotor</b> | <b>Total</b>  |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|
| Ice Greantea             | 277 pcs               | Rp. 2.507.000          | Rp. 2.507.000 |
| Ice Capucino             | 338 pcs               | Rp. 3,492,000          | Rp. 3,492,000 |
| Ice Dark Coklat          | 399 pcs               | Rp. 3,591,000          | Rp. 3,591,000 |
| Ice Oreo                 | 320 pcs               | Rp. 2,880,000          | Rp. 3,591,000 |
| Ice Taro                 | 328 pcs               | Rp. 2,880,000          | Rp. 2,624,000 |
| Ice Redvalvet            | 276 pcs               | Rp. 2,484,000          | Rp. 2,484,000 |
| Sunrise Mochacino        | 90 pcs                | Rp. 900,000            | Rp. 900,000   |
| Red in love Mochaciatto  | 54 pcs                | Rp. 540,000            | Rp. 540,000   |
| Strawberry Machiatto     | 164 pcs               | Rp. 1,640,000          | Rp. 1,640,000 |
| Signature Taro Redvalvet | 191 pcs               | Rp. 2,101,000          | Rp. 2,101,000 |
| Candy Machiato           | 87 pcs                | Rp. 870,000            | Rp. 870,000   |
| Ice Meloenade            | 55 pcs                | Rp. 440,000            | Rp. 440,000   |
| Watermelon Mojito        | 48 pcs                | Rp. 482,000            | Rp. 482,000   |

Sumber Data: Kedai Minuman Yakini

**Tabel 1.2 Hasil Penjualan Minuman Kedai Yakini Sidoarjo  
Bulan Desember Tahun 2020**

| <b>Nama produk</b>       | <b>Produk Terjual</b> | <b>Penjualan Kotor</b> | <b>Total</b>  |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|
| Ice Greantea             | 122 pcs               | Rp. 1.586.000          | Rp. 2.507.000 |
| Ice Capucino             | 247 pcs               | Rp. 2,470,000          | Rp. 3,492,000 |
| Ice Dark Coklat          | 234 pcs               | Rp. 2,340,000          | Rp. 3,591,000 |
| Ice Oreo                 | 279 pcs               | Rp. 2,790,000          | Rp. 3,591,000 |
| Ice Taro                 | 211 pcs               | Rp. 2,110,000          | Rp. 2,624,000 |
| Ice Redvalvet            | 187 pcs               | Rp. 1,870,000          | Rp. 2,484,000 |
| Sunrise Mochacino        | 20 pcs                | Rp. 200,000            | Rp. 900,000   |
| Red in love Mochaciatto  | 174 pcs               | Rp. 1,914,000          | Rp. 540,000   |
| Strawberry Machiatto     | 117 pcs               | Rp. 1,755,000          | Rp. 1,640,000 |
| Signature Taro Redvalvet | 141 pcs               | Rp. 1,974,000          | Rp. 2,101,000 |
| Candy Machiato           | 92 pcs                | Rp. 1,008,464          | Rp. 870,000   |
| Ice Meloenade            | 41 pcs                | Rp. 410,000            | Rp. 440,000   |
| Watermelon Mojito        | 40 pcs                | Rp. 480,000            | Rp. 482,000   |

Sumber Data: Minuman Kedai Yakini

Agar dapat menarik jangkauan pasar yang lebih luas, maka kedai Yakini membuat beragam menu yang menarik dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Banyaknya konsumen yang sudah melakukan pembelian minuman di kedai Yakini, secara tidak langsung mereka ikut menyebarkan dan mempromosikan tentang produk tersebut mulai dari, kualitas produk, keragaman menu, dan promosi dll di sosial media mereka masing - masing, sehingga dapat menarik seseorang untuk mencoba produk tersebut.

Oleh karena itu, dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh**

## **Kualitas Produk, Keragaman Menu, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah di paparkan maka dapat di simpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo?
2. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo?
4. Apakah kualitas produk, Keragaman Menu, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, keragaman menu, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan berguna bagi perusahaan selaku produsen minuman kedai Yakini dalam menentukan strategi pemasaran di masa yang akan datang yang mampu memberikan keuntungan bagi kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo.

##### **2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Dengan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi dalam memajukan kualitas pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

##### **3. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat dijadikan penulis sebagai tambahan wawasan sehingga teori- teori yang pernah diperoleh saat perkuliahan dapat diwujudkan secara langsung dalam dunia kewirausahaan.