

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha saat ini sudah semakin ketat, setiap pebisnis harus mampu menjalankan sistem manajemen usaha secara efektif dan efisien agar tetap bisa bersaing dengan para kompetitor. Seiring dengan meningkatnya persaingan usaha, konsumen atau pelanggan pun semakin cermat dalam memilih produk. Artinya kini perusahaan diharuskan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru secara kreatif dalam memproduksi atau menjual suatu produk agar perusahaan tersebut mampu bertahan. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan suatu perusahaan untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis ini, misalnya dengan strategi penetapan harga, meningkatkan kualitas dari produk yang dijual dan membuka usaha pada lokasi yang strategis. Sudah menjadi rahasia umum bahwa harga, kualitas produk dan lokasi merupakan faktor penting dari banyaknya faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menentukan keputusan pembelian.

Menurut Hamdi (2016:222), pada dasarnya keputusan pembelian merupakan bagian dari keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan yang sudah dilakukan. Sumarwan (2015:12), menyatakan keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Kotler dan Armstrong (2015:181), keputusan pembelian merupakan tahapan-tahapan yang terdapat didalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana pelanggan benar-benar ingin membeli. Pada

pengambilan keputusan pembelian, pelanggan selalu mempertimbangkan faktor- faktor yang ada seperti harga, kualitas produk dan lokasi yang didapatkan.

Terdapat faktor yang dapat menentukan terjadinya keputusan pembelian, salah satunya ialah harga. Mowen dan Minor (2016:318), menyatakan harga merupakan atribut yang penting dalam proses evaluasi pelanggan dan manajer harus menyadari peran tersebut guna membangun sikap para pelanggan. Harga produk yang dipasarkan merupakan faktor yang sangat penting, harga suatu produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan bagi para pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian. Harga merupakan beberapa uang yang diberikan atas produk atau jasa, atau sejumlah nilai uang yang ditukarkan pelanggan agar mendapatkan manfaat atau keuntungan dari menggunakan produk atau jasa yang diinginkan (Kotler dan Armstrong, 2015:345).

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan pelanggan (Sundalangi 2016:112). Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh pelanggan. Pelanggan menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Menurut Kotler (2015:178), kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga

agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Faktor lain yang dapat menentukan terjadinya keputusan pembelian ialah lokasi. Lokasi menurut (Swastha, 2014:21), merupakan tempat dimana suatu usaha aktivitas usaha dilakukan. Terkait dengan lokasi maka faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak dilihat dari akses, lalu lintas, visibilitas, fasilitas, dan lingkungan. Ratnasari (2015:55), lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan. Pemilihan lokasi suatu bisnis Petshop sangatlah penting. Lokasi memegang peran penting dalam melakukan usaha, karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (*aksesibilitas*), aman dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai para pelanggan, lokasi yang strategis membuat pelanggan lebih mudah untuk menjangkau.

Petshop Warna-Warni adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan, peralatan, makanan hewan peliharaan dan juga jasa pemeliharaan hewan (seperti grooming, vet). Petshop Warna-Warni terletak di Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Dalam bisnisnya Petshop Warna-Warni menjual berbagai kebutuhan hewan peliharaan mulai makanan kucing, anjing, hamster, kandang, tas, aksesoris, dll. Meski Petshop Warna-Warni sudah banyak dikenal dan memiliki banyak pelanggan, akan tetapi masalah keputusan pembelian pelanggan masih saja terjadi. Hal-hal yang menjadi pertimbangan para pelanggan sebelum

memutuskan untuk membeli yaitu terkait harga produk yang ada di Petshop Warna-Warni masih dirasa sedikit lebih mahal. Selain itu pelanggan juga masih ragu akan kualitas produk yang dijual, dan lokasi Petshop yang dirasa masih kurang mudah untuk diakses.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Petshop Warna-Warni Di Sidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo?
4. Apakah harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Adapun manfaat tersebut antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam hal mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni di Sidoarjo.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon-calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka

kegiatan penelitian melalui mahasiswanya merupakan bentuk kepedulian dan pengabdian.

2) Bagi Petshop Warna-Warni

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya perusahaan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Petshop Warna-Warni.

3) Bagi Mahasiswa Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh perusahaan dan seberapa dalam pengetahuan ekonomi dari hasil penelitian ini, diharapkan ketajaman analisis dan berbagai keterangan yang dapat diberikan pada dunia usaha dapat dijadikan sebagai strategi dalam menghadapi persaingan bisnis di era modern saat ini.