

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner saat ini semakin pesat, cepat dan beraneka-ragam seiring dengan tuntutan kebutuhan hidup masyarakat yang semakin kompleks akibat perubahan gaya hidup. Berbagai macam konsep, bentuk, serta cita rasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner ini yang bertujuan untuk dapat memanjakan mata sekaligus lidah dari para penikmat kuliner. Banyak jenis makanan, minuman, sampai jajanan (snack) ditawarkan dengan harga yang sangat bervariasi menurut target pasar yang dituju.

Bisnis makanan di Sidoarjo mengalami perkembangan yang pesat khususnya dalam lima tahun terakhir ini, dimana dapat dijumpai menjamurnya bisnis makanan mulai dari yang berskala kecil hingga berskala besar. Salah satunya yaitu Bisnis roti yang makanan merupakan usaha dan cukup menguntungkan karena roti merupakan sumber kebutuhan bagi manusia. Bisnis di bidang roti ini cukup menjanjikan, Dengan tingkat kepopuleran yang tinggi hal ini membuat para pelaku usaha memanfaatkannya dengan mendirikan toko Roti, namun para pelaku usaha ini juga harus dapat bersaing untuk mendapatkan konsumen dikarenakan toko roti di Sidoarjo sudah cukup banyak.

Bisnis roti sekarang mulai dikemas lebih modern untuk menyesuaikan zaman dan keinginan konsumen saat ini, produk roti ini banyak ditemui di daerah-daerah di Indonesia. Makanan berupa roti ini merupakan makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya di Sidoarjo karena roti merupakan makanan yang dikonsumsi setiap waktu. Meski

roti romadhoni ini digemari konsumen tetapi pengusaha roti harus tetap memperhatikan strategi pemasaran yang tepat karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, banyaknya kompetitor dengan usaha serupa yang dapat mempengaruhi bahkan menyebabkan penurunan tingkat penjualan. Penerapkan strategi penjualan dengan dengan harga yang terjangkau dan promosi yang menarik jika membeli dengan jumlah yang banyak bisa di antar dan mendapatkan potongan harga. Penjualan akan lebih meningkat jika strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tersebut tepat, tetapi tidak sedikit pula pengusaha kuliner yang mengalami kebangkrutan karena pelaku usaha sendiri tidak menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Untuk memperoleh keberhasilan dari suatu bisnis maka pengusaha harus memenangkan persaingan pasar yang diperoleh dari penerapan strategi pemasaran yang tepat, harga yang bersaing kualitas produk yang bagus dan dapat mengikat keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan juga memiliki peran penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan bisnisnya dan dapat dijadikan bentuk promosi konsumen yang telah merekomendasikan kepada calon konsumen lain tentang produk yang sudah dibeli.

Harga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian, Jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian. Menurut Habibah & Sumiati (dalam Melati dan Dwijayanti, 2020) Harga merupakan jumlah nilai termasuk barang dan layanan yang ditawarkan guna pengganti benda. Dikarenakan masyarakat Indonesia juga lebih memperhatikan harga terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian, maka dari itu

pengusaha harus benar-benar tepat dalam memilih harga dari suatu produknya. Bagi perusahaan harga suatu produk didapatkan dari hasil proses panjang hal ini dikarenakan harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan untuk perusahaan, bagi konsumen harga merupakan hal yang sensitif untuk konsumen terhadap pembelian suatu produk tetapi tidak sedikit pula yang beranggapan jika harga mahal suatu produk akan mempunyai kualitas produk yang tinggi.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah Kualitas produk menjadi instrumen penting dalam dunia bisnis hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, jika pelaku bisnis ingin konsumen mengkonsumsi produknya maka pengusaha bisnis tersebut harus menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dari konsumen yang sudah dilakukan riset pasar. kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Kualitas produk ini harus diperhatikan oleh pengusaha dari bentuk sampai ketahanan, produk yang menarik akan lebih mudah laku atau dibeli konsumen. Setiap perusahaan atau pengusaha perlu untuk meningkatkan kualitas produknya, ini merupakan salah satu tujuan untuk memuaskan pelanggan. Untuk menarik minat konsumen banyak produk dihasilkan dari berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Setiap perusahaan atau pengusaha juga harus mampu menciptakan produk yang terbaik supaya kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Hal ini

menuntun pengusaha untuk membuat strategi kembali untuk meningkatkan persaingan dalam melayani konsumen.

Selain kualitas produk dan harga yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah kualitas pelayanan, hal ini dapat membantu konsumen melakukan pembelian ulang dilain waktu. Menurut Fandy Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, dan pendapat tentang pelayanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik atau tidaknya tergantung dari pengusaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik dari pengusaha bisnis maka konsumen akan memberi citra baik ke pengusaha, hal ini mendorong pengusaha untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Maka dari itu pengusaha harus menciptakan kualitas pelayanan yang cukup baik supaya konsumen sendiri merasa nyaman saat akan melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian terhadap suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan. Konsumen akan puas terhadap produk yang dibeli jika produk tersebut sesuai dengan apa

yang diinginkan dari konsumen. Hal tersebut bisa menciptakan keputusan pembelian dari konsumen, keputusan pembelian merupakan salah satu yang terpenting bagi perusahaan karena keputusan tersebut akan membantu terjadinya pembelian yang berulang di masyarakat.

Roti Romadhoni adalah salah satu produsen roti yang memiliki berbagai varian jenis dan rasa, hal ini dilakukan supaya konsumen dapat memilih berbagai varian rasa yang disukai saat akan membeli roti romadhoni. Varian rasa yang ditawarkan oleh Roti Romadhoni pun ada bermacam-macam varian.

Roti Romadhoni ini merupakan salah satu UKM yang membangun perekonomian yang mampu bersaing dengan produk asing dan dapat dicintai oleh masyarakat. Biasanya konsumen mengkonsumsi roti romadhoni di berbagai acara seperti, ulang tahun, jamuan untuk tamu, dan lainnya. Akan tetapi Roti Romadhoni mengalami penurunan jumlah penjualan karena semakin ketatnya persaingan dibidang bisnis yang sama serta belum menemukan inti dari permasalahan, untuk meningkatkan penjualan produknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam karena terdapat beberapa aspek yang ada pada bisnis Roti Romadhoni yaitu Harga dan kualitas produk yang sesuai dan kualitas pelayanan yang cukup baik, aspek-aspek ini yang akan menunjang keputusan pembelian Roti Romadhoni dari konsumen. Jika aspek ini dapat berjalan sesuai keinginan dari konsumen maka dapat memberikan dampak positif bagi pelaku bisnis.

Pengusaha kuliner akan mencapai tujuan usaha sesuai apa yang diharapkan dan akan dapat menciptakan nilai-nilai yang positif bagi konsumen. Maka penulis akan mengambil

judul penelitian tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo .”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disebutkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo?
- b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo?
- d. Apakah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat tugas akhir bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- c. Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Darma Perguruan Tinggi

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Roti Romadhoni di Jalan Raya Bareng Sidorejo Krian Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam Manajemen Pemasaran. Menambah pengetahuan dan wawasan baru, sehingga peneliti dapat memahami betapa pentingnya pengaruh Harga kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan produk khususnya melalui Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini menjadi bahan kajian atau referensi bagi yang ingin mengembangkan penelitian selanjutnya yang

berhubungan dengan manajemen pemasaran terutama dalam konsep Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang dapat meningkatkan penjualan produk, untuk menambah bukti teori empiris yang ada sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di Universitas.

4. Bagi Pembaca

Bagi pembaca yang umumnya hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produksi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.