

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha pada masa modern ditandai dengan pertumbuhan dan ekspansi yang pesat. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya pendatang baru di pasar yang memasuki pasar dan menggunakan berbagai strategi untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada . Agar berhasil memasarkan produk yang dimaksudkan untuk menarik pelanggan, perusahaan harus mengembangkan strategi pemasaran yang baik, inovatif dan hemat biaya.<sup>2</sup>

Jika pemasar mendapatkan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga secara kompetitif, serta memberikan pelayanan yang bagus maka barang atau jasa tersebut terjual dengan mudah.<sup>3</sup>

Sebelum terjadinya proses pembelian, konsumen biasanya mencari tau terlebih dahulu tentang produk atau jasa yang akan dibeli, hingga setelah itu dibuatlah keputusan pembelian. Keputusan dalam pembelian biasanya dibuat untuk menentukan produk serta pasarnya, harga yang kompetitif, lokasi, serta pada pelayanan jasa.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Titik Efnita, Pengaruh Variasi Produk , Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer, *Jurnal AdBispeuner*, Vol. 2 No. 2 Tahun 2017, hal 108

<sup>3</sup> Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep & Strategi Pemasaran*, (Makasar: CV Sah Media, 2019) hal.2

<sup>4</sup>Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 18

Yang paling banyak memberikan kontribusi bagi konsumen sebelum memutuskan pembelian suatu produk yaitu harga suatu produk.<sup>5</sup> Sebagian besar konsumen akan menanyakan tentang harga produk atau layanan sebelum melakukan pembelian, baik dengan menelepon perusahaan atau dengan mengirim email. Sehingga, pelaku bisnis harus mempertahankan harga yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain memiliki harga yang kompetitif, faktor penting lainnya yang perlu diperhatikan dalam memulai usaha adalah ketersediaan pembiayaan . Ada dua faktor yang dipertimbangkan ketika memilih lokasi untuk bisnis: lokasi yang strategis dan fasilitas yang kondusif untuk pertumbuhan usaha.<sup>6</sup>

Pada era modern ini persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat sekali, sehingga perusahaan diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan terbaik agar konsumen puas dengan pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan mengenai mutu suatu perusahaan. Ketika perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal maka konsumen akan merasa senang dan timbullah keputusan untuk membeli barang atau jasa tersebut dan perusahaan mendapatkan keuntungan dalam keputusan pembelian itu.

Penyedia layanan dibidang jasa hanya dilakukan oleh orang-orang yang ahli dibidangnya yang mana orang lain tidak bisa melakukannya, dan bertujuan untuk memberi manfaat kepada konsumen. Dalam hal ini setiap

---

<sup>5</sup> Ichsannudin dan Herry Purnomo, *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*, (Bandung:CV Media Sains Indonesia, 2021), hal 27

<sup>6</sup> Titik Efnita, "Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan ...", hal 109

konsumen nantinya akan pilih pilih dan kritis dalam mencari jasa mengabadikan *moment* sakral. Oleh karena itu kebanyakan orang menggunakan jasa *wedding prawedding photography* untuk mengabadikan *moment* sakralnya. Semua *memory memory* yang terekam dalam *moment specia* itu bisa dilihat kapan saja dan dikenang untuk diabadikan dalam bentuk foto dan video.

Salah satu usaha penyedia jasa layanan *wedding prawedding photography* di Mojokerto adalah Parmfoto yang terletak di Dusun Bedog Desa Mlaten Rt.04 Rw.05 Kecamatan Puri Kabupaten Mojokerto yang sudah berdiri tiga tahun lamanya sejak tahun 2018.

Implementasi yang dilakukan oleh jasa layanan *wedding prawedding photography* Parmfoto dalam menarik perhatian konsumen agar terciptanya sebuah keputusan pembelian yaitu dengan mengedepankan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dari segi harga yang kompetitif agar menghasilkan sebuah foto atau video yang berkualitas bagus dengan akses pemesanan yang fleksibel dan lokasi pemotretan sesuai *request* konsumen.

Kaitannya dengan harga kompetitif *wedding prawedding photography* Parmfoto memberikan tiga paket pilihan harga yang nantinya bisa disesuaikan dengan keinginannya dan bisa dikonsultasi secara langsung dengan *owner*. Berikut ini adalah *price list* paket yang tersedia di jasa *wedding prawedding photograpgy* Parmfoto:

## GAMBAR 1.1

### Daftar Harga Paket *Wedding Prawdressing Photography* Parmfoto

PAKET BRONZE	PAKET SILVER	PAKET GOLD
<b>2.500.000</b>	<b>3.000.000</b>	<b>4.500.000</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALBUM EXCLUSIVE 10 SHEET</li> <li>- CETAK FOTO 80 FILE 4R</li> <li>- VIDEO CINEMATIC 3 MENIT</li> <li>- ALL FILE IN FLASDISK</li> <li>- FILE EDIT 80 FILE</li> <li>- TRANSPORT CREW MOJOKERTO, SIDOARJO</li> <li>- DURASI KERJA SAMPAI PUKUL 18.00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ALBUM EXCLUSIVE 15 SHEET</li> <li>- CETAK FOTO 120 FILE 4R</li> <li>- VIDEO CINEMATIC 3 MENIT</li> <li>- ALL FILE IN FLASDISK</li> <li>- FILE EDIT 80 FILE</li> <li>- TRANSPORT CREW MOJOKERTO, SIDOARJO</li> <li>- DURASI KERJA SAMPAI PUKUL 19.00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MAGAZINE BOOK 20 HLM</li> <li>- CETAK FOTO 16R + FIGORA</li> <li>- VIDEO CINEMATIC 3 MENIT</li> <li>- VIDEO TEASER 1 MENIT</li> <li>- ALL FILE IN FLASDISK</li> <li>- FILE EDIT 80 FILE</li> <li>- TRANSPORT CREW MOJOKERTO, SIDOARJO</li> <li>- DURASI KERJA SAMPAI PUKUL 19.00</li> </ul>

Parmfoto | Parmfoto | 085749040054 | Parmphoto.blogspot.com | Dusun Badag RT 04 RW 05 Desa Mluran Kecamatan Puri Mojokerto

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa terdapat tiga paket yaitu pada paket bronze dengan harga Rp.2.500.000 dan fasilitas yang didapatkan sesuai pada gambar, paket silver dengan harga Rp. 3.000.000 dan fasilitas yang didapat sesuai pada gambar diatas, yang terakhir paket gold dengan harga Rp.4.500.000 yang mendapatkan fasilitas sesuai gambar diatas. Dalam hal ini dengan tersedianya harga yang bervariasi maka konsumen bisa memilih sesuai dengan pilihannya.

Dari hasil wawancara dengan owner Parmfoto pada tanggal 4 september 2021. Terdapat beberapa masalah yang sering dijumpai ketika konsumen akan melakukan keputusan pembelian di Parmfoto yakni persaingan harga antar jasa *wedding prawdressing photography* di daerah Mojokerto. Sehingga

konsumen cenderung membandingkan harga dengan kompetitor, dan kebanyakan konsumen mencari jasa yang harganya murah dan mendapatkan kualitas produk yang bagus. Padahal harga selalu diimbangi oleh kualitas produk, jika harganya mahal maka kualitas produk yang didapatkan juga tinggi begitupun sebaliknya. Oleh karena itu untuk menarik konsumen dalam persaingan harga sering sekali Parmfoto mengadakan diskon dengan potongan harga hingga 12% di moment moment tertentu misalnya di hari kemerdekaan, ulang tahun owner, anniversary Parmfoto, hingga mengadakan diskon akad gratis untuk anak yatim piatu dan kurang mampu.

Indikator yang kedua dalam keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Layanan pelanggan Pembelian kini telah muncul sebagai alternatif yang layak untuk menyelesaikan masalah yang muncul selama proses pemesanan untuk setiap produk yang diberikan. Seperti halnya fenomena yang sering dihadapi oleh Parmfoto yaitu pelayanan yang sering di buat tergesa gesa oleh konsumen agar segera mendapatkan hasil foto atau videonya yang bagus 1 hari setelah proses pemotretan. Sedangkan Parmfoto sendiri memberikan estimasi waktu pengeditan 2-4 hari pengerjaan agar bisa lebih maksimal hasilnya nanti Memberikan pelayanan dengan baik adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satunya dalam mengatasi hal tersebut keramahan *owner* dalam melayani konsumen menjadi salah satu alasan memilih Parmfoto dalam keputusan pembeliannya.

Indikator yang ketiga dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Konsumen akan melakukan evaluasi setelah melakukan keputusan pembelian

berdasarkan spesifikasi produk yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus terlebih dahulu memahami peran konsumen dalam proses pembelian suatu produk atau jasa dari perusahaan, karena konsumen merupakan faktor kunci dalam berjalannya sebuah perusahaan. Akan tetapi terdapat beberapa konsumen Parmfoto yang menginginkan kualitas produk yang bagus dalam masa pengerjaan 1 hari setelah proses pemotretan. Padahal untuk hasil produk yang berkualitas bagus diperlukan masa pengeditan dengan estimasi waktu yang sudah ditentukan Parmfoto. Pada indikator ini Parmfoto memberikan dua pilihan konsep *prawedding* yaitu casual dan adat. Dan hasil produk yang berupa foto atau video juga bisa dikerjakan sesuai request konsumen untuk kejernihannya, tone, dan konsep nya.

Indikator yang keempat dalam melakukan keputusan pembelian adalah lokasi usaha. Lokasi usaha merupakan tempat dimana suatu perusahaan beroperasi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Permasalahan yang dihadapi dalam Parmfoto pada indikator ini adalah lokasi usaha yang cukup jauh dari keramaian sebab berada didalam desa. Padahal menurut Lupiyadi menyatakan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian atas saluran distribusi diperlukan lokasi usaha yang strategis, dan berada dipinggir jalan raya yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.<sup>7</sup> Akan tetapi meskipun lokasi usaha Parmfoto cukup jauh dari keramaian dan berada dipedesaan lokasi usaha tersebut beberapa hanya digunakan untuk proses dealing saja. Untuk pemesanannya dan konsultasi bisa dilakukan online melalui web,

---

<sup>7</sup> Faradiba dan Sri Rahayu Tri Astuti, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 17 No. 2, Tahun 2020, hal.3

whatsapp, instagram, dll. Dan lokasi pemotretannya pun fleksibel bisa menyesuaikan pesanan konsumen. Pada lokasi usaha ini Parmfoto memiliki dua pilihan konsep lokasi *wedding prawedding photography* yaitu *outdoor* dan *indoor*.

Keputusan pembelian menjadi suatu alternative dalam menyelesaikan masalah pada proses pembelian suatu produk. Konsumen akan melakukan evaluasi setelah pengambilan keputusan pembelian. Apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang atau tidak. Berdasar paparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian perihal adanya pengaruh harga kompetitif, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen di Parmfoto. Kemudian oleh penulis dijadikan bahan penelitian yang membahas mengenai persoalan yang timbul serta mengkaji masalah dengan judul **“Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jassa *Wedding Prawedding Photography* (Parmfoto) di Mojokerto”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan teori dan realitas situasi latar belakang diatas masalah dapat diatasi. Namun, fokus masalah ini adalah pada beberapa masalah spesifik yang berulang dan berkaitan dengan harga, kualitas layanan, kualitas produk, dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.

### C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga kompetitif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto?
4. Apakah lokasi usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto?
5. Apakah harga kompetitif, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto?

### D. Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga kompetitif secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *jasa wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.

2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.
4. Untuk mengetahui adakah pengaruh lokasi usaha secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.
5. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga kompetitif, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi usaha secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding prawedding photography* “Parmfoto” di Mojokerto.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam kajian pengembangan masyarakat dan pelestarian kesejahteraan. Kajian ini juga dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan ekonomi terkini, khususnya di bidang jasa *wedding prawedding photography* atau usaha lain yang erat kaitannya dengan kemajuan teknologi.

## 2. Manfaat praktis

### 1) Bagi Institusi

penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan wawasan dalam proses pembelajaran mengajar manajemen bisnis dan wirausaha.

### 2) Bagi Pihak Lain

Sebagai alternatif, ini dapat menjadi motivator bagi pelanggan yang berencana untuk menggunakan layanan *wedding prawedding photography* dan membantu mereka mengembangkan bisnis mereka, atau dapat menjadi sumber inspirasi bagi pemilik bisnis yang meluncurkan usaha baru.

## F. Ruang Lingkup & Keterbatasan Penelitian

agar masalah dalam penelitian ini tidak lebih dalam, maka fokusnya harus beralih ke akar penyebab, yang sebagian besar adalah harga yang kompetitif, layanan berkualitas tinggi, produk berkualitas tinggi, dan lokasi perusahaan dalam kaitannya dengan responden. ' kekhawatiran.

### 1. Ruang Lingkup

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu harga kompetitif, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi usaha.

## 2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen (Y) serta harga kompetitif(X1), kualitas pelayanan(X2), kualitas produk (X3), lokasi usaha (X4) sebagai variabel independen (X).

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

- a. Harga kompetitif (X1) merupakan persaingan harga yang terjadi dipasaran untuk menambah keinginan konsumen dalam membeli semua produk.<sup>8</sup>
- b. Kualitas Pelayanan (X2) merupakan suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan.<sup>9</sup>
- c. Kualitas Produk (X3) merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika menginginkan produknya dapat bersaing di pasar.<sup>10</sup>
- d. Lokasi Usaha (X4) merupakan tempat beroperasinya suatu perusahaan atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Afan Nurcahyo, Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome, *Relevance: Journal Of Management and Business*, 2018, hal. 22

<sup>99</sup> Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, (Malang:Media Nusa Creative, 2019), hal. 2

<sup>10</sup> Ian Antonius Ong dan Sugiono, Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.17 No,2, Tahun 2020, hal.3

- e. Keputusan Pembelian (Y) merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dua atau lebih pilihan alternative.<sup>12</sup> Keputusan pembelian ini *final* dari proses pembelian sebelum terjadinya evaluasi produk atau jasa.

## 2. Definisi Operasional

Untuk keperluan penelitian operasional, penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) seperti daya saing harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi perusahaan (X4). Penelitian ini mengandalkan pelanggan Parmfoto di Mojokerto sebagai subjek investigasi. Temuan kunci penelitian ini meneliti bagaimana variabel X meredam kinerja variabel Y, yang dapat dilihat setelah fakta dengan membandingkan keduanya.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar penelitian ni dapat dipahami dan lebih terarah, maka pada sistematika penulisan skripsi terdapat 6 bab diantaranya:

### 1. Bagian Awal

Selain bagian bawah dan atas, terdapat juga bagian tujuan dari setiap bagian, serta bagian tentang motto, persembahan, dan singkatan setiap bagian. Ada juga bagian di setiap bagian moto dan bagian persembahan.

---

<sup>11</sup> Febriano Cinton Polla dkk, Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea, *Jurnal eMBA*, Vol.06 No. 04, Tahun 2018, hal. 3069

<sup>12</sup> Hesti Widi Astutik dan Sri Yuni Widowati, Analisis Fako Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, *Fokus ekonomi*, Vol. 9 No. 1, Tahun2014, hal.3

## 2. Bagian Utama

Terdiri dari beberapa bagian diantaranya:

### BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

### BAB II Landasan Teori

Pada BAB II ini berisi teori yang membahas penelitian dan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### BAB III Metode Penelitian

Yang berisi pendekatan dan jenis penelitian; populasi, sampling dan sampel penelitian; sumber data, variabel dan skala pengukurannya, dan juga teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

### BAB IV Hasil Penelitian

Terdiri dari hasil penelitian, serta temuan penelitian.

### BAB V Pembahasan Hasil Penelitian

Berisikan mengenai analisis hasil dan pembahasan dari temuan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

### BAB VI Penutup

Yang berisikan kesimpulan dan saran.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar rujukan, lampiran lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.