

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang pesat dan perubahan yang cepat terutama pada bisnis di bidang kuliner. Kuliner merupakan suatu hal yang terikat dan tidak dapat dipisahkan dari manusia karena pada dasarnya dalam kehidupan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap manusia. Bisnis di bidang kuliner juga merupakan bisnis yang potensial untuk dikelola, bahkan bisnis di bidang kuliner termasuk penyumbang pengaruh besar terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia. Dalam data kemenparekraf pada tahun 2020 subsektor kuliner menyumbang sebesar Rp 455,44 triliun atau sekitar 41% dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun.¹ Hal ini terbukti dengan adanya bisnis kuliner yang semakin banyak dan beragam di Indonesia, sehingga dalam hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan dalam dunia bisnis di bidang kuliner semakin meningkat.

Semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis di bidang kuliner menyebabkan berbagai permasalahan yang dihadapi wirausahawan, diantaranya seperti kesulitan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, mempertahankan bisnisnya di era persaingan bisnis yang serupa, konsumen yang semakin kompleks dalam menentukan preferensi produk, selera konsumen yang sering mengalami perubahan dan juga kondisi ekonomi yang tidak menentu. Hal inilah yang menjadi permasalahan pada angkringanku Bago Tulungagung yaitu bagaimana cara mempertahankan konsumen agar tetap memutuskan melakukan pembelian pada angkringanku Bago Tulungagung,

¹ Maria Cicilia, *Menparekraf: kuliner penyumbang terbesar PDB ekonomi kreatif*, <https://www.antaraneews.com/berita/2312018/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif>. Diakses pada 8 februari 2023 pukul 13.30.

melihat saat ini banyaknya bisnis angkringan yang beragam dan memiliki keunggulan.

Dengan adanya persaingan ini para wirausaha dituntut untuk lebih reaktif dan berpikir kritis terhadap segala perubahan yang terjadi. Oleh karena itu strategi yang matang dalam mengeluarkan produk maupun jasa sangat diperlukan. Wirausaha harus menggunakan strategi yang tepat agar konsumen atau pelanggannya tetap mempertahankan loyalitasnya. Karena pada dasarnya, bukan hanya wirausaha saja yang berpikir cermat, konsumen pun sekarang berpikir kritis dalam melakukan upaya pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong, “keputusan pembelian konsumen, tidak terlepas dari cara konsumen melalui beberapa tahap yaitu mengetahui masalah yang akan dihadapi sampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen”.² Pada intinya sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mengambil beberapa alternatif apakah memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah harga, kualitas produk dan lokasi.

Dalam keputusan pembelian oleh konsumen harga merupakan salah satu variabel yang sangat penting dan berpengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan akan membeli produk yang ditawarkan atau tidak. Harga menurut Kotler dan Amstrong adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih tepatnya harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan

² S.D., Wulandari. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Pusat*. (Simki-Economic Vol. 01 No. 05 : 2017), hal.3

mengidentifikasi harga dengan nilai.³ Bila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas atau manfaat yang didapatkan oleh konsumen maka hal ini akan menjadi langkah positif yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan. Namun jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas atau manfaat yang kita dapatkan maka hal ini akan berdampak negatif terhadap produk yang ditawarkan hal ini dapat menyebabkan konsumen mengurangi pembelian pada produk atau jasa yang ditawarkan.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong, “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, termasuk kehandalan, daya tahan, akurasi, kenyamanan operasi, dan peningkatan produk dan atribut bernilai lainnya”.⁴ Kualitas produk yang baik dan memiliki manfaat yang sesuai dengan kegunaannya, akan meningkatkan nilai positif di benak konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Selain harga dan kualitas produk, lokasi juga menjadi salah satu faktor konsumen mengambil keputusan pembelian. Lokasi usaha sering disebut sebagai tempat kegiatan pengusaha melakukan kegiatan sehari-hari. Lokasi usaha yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan kebutuhannya selain itu lokasi yang tepat dan strategis juga dapat menarik konsumen untuk datang berkunjung hal ini merupakan langkah yang positif dalam menarik

³ F. Z., Fathudin. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Paguyuban Angkringan Wates, Kulon Progo)*. (Universitas PGRI Yogyakarta : 2015), hal.4

⁴ D., Wulandari. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Pusat*. (Simki-Economic Vol. 01 No. 05 : 2017), hal.3

perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat dimana bisnis itu berdiri guna untuk proses pemenuhan kebutuhannya.⁵

Bisnis kuliner memang banyak diminati sehingga tidak menutup kemungkinan banyak pesaing terutama pada bisnis sejenis. Kota Tulungagung merupakan salah kota yang memiliki banyak usaha di bidang kuliner, salah satu contohnya adalah bisnis angkringan. Angkringan adalah bisnis kuliner informal perkotaan yang menggunakan unsur tradisional untuk menarik pengunjung. Bisnis angkringan ini sangat banyak diminati, karena untuk membuka bisnis ini tidak memerlukan modal yang cukup besar namun terkadang dapat meraih keuntungan yang lumayan besar, sehingga tidak sedikit pula orang yang tertarik untuk membuka bisnis angkringan ini, hal ini menimbulkan banyaknya pesaing bisnis yang sejenis. Di kota Tulungagung ini banyak sekali wirausahawan yang mendirikan bisnis angkringan, salah satu angkringan yang cukup terkenal di Tulungagung yaitu “Angkringanku”. Angkringanku adalah tempat yang nyaman untuk anak muda, harga yang relatif terjangkau dan variatif membuat tempat ini menjadi tempat favorit yang wajib dikunjungi saat ke Tulungagung. Selain menawarkan beraneka macam minuman baik tradisional maupun modern, angkringanku juga menawarkan makanan, beberapa diantaranya yaitu makanan ringan khas Jogja atau Solo yaitu nasi bakar, sate-satean dan masih banyak lagi. Bahkan angkringanku Tulungagung yang berlokasi di dekat kali Ngrowo tepatnya di desa Kutoanyar Tulungagung pernah mendapat kunjungan dari bapak Jokowi, pada hari Kamis tanggal 3 Januari 2019, pada saat sedang melaksanakan dinas di kota

⁵ Kurniawan, F. Z.. *Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Soto Angkring Mas Boed Spesial Ayam Kampung Semarang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Universitas Dian Nuswantoro Semarang: 2014) hal 6

Tulungagung.⁶

Pada saat ini angkringanku Tulungagung telah berhasil membuka 3 cabang angkringan. Salah satu angkringan yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah angkringanku yang berlokasi di desa Bago. Berdasarkan uraian diatas, faktor harga, kualitas produk dan lokasi saling berkaitan dan kemungkinan dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Angkringanku Bago Tulungagung”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringanku Bago Tulungagung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung?
4. Apakah harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringanku Bago Tulungagung?

⁶ Joko Susilo, *Jokowi ngopi bareng dengan anak muda Tulungagung*, <https://www.antarane.ws.com/berita/783855/jokowi-ngopi-bareng-dengan-anak-muda-tulungagung>. Diakses pada 8 februari 2023 pukul 14.40

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Angkringanku Bago Tulungagung.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Angkringanku Bago Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Dapat menambah wawasan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap pengambilan keputusan konsumen di Angkringanku Bago Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Bisnis Angkringanku

Penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan oleh pemilik usaha atau beberapa usaha atau bisnis lain dalam melakukan penetapan harga dan juga peningkatan kualitas produknya serta pemilihan lokasi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan wawasan, ilmu pengetahuan, dan informasi untuk referensi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peneliti untuk mengimplementasikan teori yang ada pada kehidupan yang nyata, sekaligus dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memberikan gambaran secara nyata, terkait dengan pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap konsumen Angkringanku Bago Tulungagung.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini yaitu keterkaitan antara variabel X terhadap Y, dimana terdiri dari tiga variabel bebas (Independen) yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi (X3) serta variabel terikat (Dependen) keputusan pembelian (Y).

2. Keterbatasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah, agar tidak menyimpang dari topik, dan agar pembahasannya tepat sasaran, maka dalam penelitian ini perlu dilakukan pembatasan masalah agar dapat diketahui hasil penelitiannya. Peneliti hanya memfokuskan pada pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di Angkringanku Bago Tulungagung.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap judul penelitian. Adapun definisi operasional secara konseptual dari proposal ini adalah sebagai berikut.

1. Definisi Operasional

a. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen. Harga dalam penelitian ini diukur dengan indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Kualitas Produk

kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan indikator, yaitu kinerja, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, keandalan, Servis produk, estetika , kualitas yang dipersepsikan.

c. Lokasi

lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mengutamakan segi ekonominya. Lokasi dalam penelitian ini diukur dengan indikator, yaitu lokasi mudah dijangkau, ketersediaan lahan parkir, ekspansi, lingkungan sekitar.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli. Keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur dengan indikator, yaitu kebutuhan akan produk, manfaat akan produk, sikap orang lain mengenai produk, kepuasan terhadap produk

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian. Bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran, daftar gambar, transliterasi, dan abstrak.

Adapun bagian utama penelitian terdiri dari 6 bagian yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan memaparkan sub bab mengenai: a) latar belakang, b) identifikasi masalah c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, g) penegasan istilah, dan h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan secara singkat mengenai kajian teori yang membahas a) variabel/sub variabel, b) kajian penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual dan d) hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan beberapa sub bab diantaranya adalah: a) pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampling, dan sampel penelitian, c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, d)

teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta e) teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V: PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan pembahasan dari data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan. Bagian akhir skripsi, yakni daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.