

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang semakin pesat yang ditandai dengan banyaknya persaingan ketat mengakibatkan adanya perubahan dalam menghasilkan produk dan terus melakukan inovasi pada produknya. Konsumen yang paling diuntungkan sebab konsumen diberikan kesempatan lebih luas untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya. Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya harus dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dan dapat mencapai tujuan dari perusahaan. Perusahaan memerlukan cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasarannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, untuk itu perusahaan memerlukan manajemen pemasaran agar dapat mencapai hal tersebut. Perilaku pembelian banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian khususnya kualitas produk, harga, dan lokasi.

Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Faktor kualitas produk tidak kalah penting karena kualitas produk sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Harga merupakan variabel penting dalam pengambilan keputusan. Perusahaan harus memperhatikan dan menentukan harga yang sesuai dengan kualitas yang ada serta penetapan dan perubahan harga perlu dipertimbangkan dengan tepat karena konsumen sangat kritis dengan harga produk yang akan dibeli. Harga yang mampu bersaing dipasaran akan menumbuhkan keinginan untuk melakukan pembelian.

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk perkembangan usaha.

Pengambilan keputusan mempunyai arti penting bagi maju mundurnya suatu perusahaan, terutama karena masa depan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh pengambilan keputusan sekarang. Pengambilan keputusan selain dilihat dari segi kehadirannya, kita tidak dapat mengerti apakah meramalkan tindakan-tindakan manajemen sehingga kita tidak dapat menyempurnakan efektivitas manajemen. Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya.

UD. Windah merupakan produsen rengginang ikan khas Situbondo yang berlokasi di Jln. Bahari Indah Gumuk Utara Gelung, Kecamatan Panarukan, Situbondo. Agroindustri ini termasuk industri makanan yang berbahan dasar utama beras ketan dan bahan pendukung seperti ikan laut segar, bawang, terasi, dan lainnya. Bahan dasar rengginang ikan yang digunakan adalah beras ketan yang berkualitas baik, yaitu bulir berbentuk panjang, warna cerah atau bersih, dan tidak berbau. UD. Windah menawarkan rengginang ikan dengan kualitas baik yaitu cita rasa gurih dan renyah, ketebalan rengginang seragam, tanpa dijemur dan mengembang saat digoreng. Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kapasitas dan kualitas produk. UD. Windah dapat dikatakan memiliki lokasi yang sangat strategis, yaitu dekat dengan pusat keramaian yang berdekatan dengan Pantai Pathek Situbondo.

Perkembangan zaman mengakibatkan semakin banyak muncul industri baru yang menambah ketatnya persaingan. Salah satu permasalahan pada UD. Windah yaitu banyak persaingan produsen sejenis yang mulai bermunculan dengan berbagai macam keunggulan dari produk rengginang ikan. Berikut beberapa produsen sejenis yang berada disekitar UD. Windah antara lain UD. Sakinah

Rengginang, UD. Nangginang Millenial, UD. 3 Bintang, UD. Rengginang Ikan “Berkah”, UD. Barokah, UD. Yuyun, UD. Diana Indah, UD. Abil, UD. Salsabila, dan UD. Bina Sejahtera Rengginang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rengginang ikan, dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rengginang Ikan Pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dikemukakan dalam latar belakang, permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, harga, lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo ?
2. Apakah kualitas produk, harga, lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo ?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk, harga, lokasi secara serempak terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk, harga, lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo.

3. Menganalisis dan menguji variabel kualitas produk, harga, lokasi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian, serta untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat agar mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian rengginang ikan pada UD. Windah di Kabupaten Situbondo sehingga membantu perusahaan lebih mengetahui keinginan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.