

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kabupaten Lumajang Tahun 2015 – 2019 menyatakan bahwa, Kabupaten Lumajang merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi sumber daya alam dan potensi sosial ekonomi yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Segala bentuk kekayaan alam dan potensi yang dimiliki Kabupaten Lumajang di masa yang akan datang sangat penting untuk dikelola dan dimanfaatkan secara optimal, agar kesejahteraan masyarakat dapat direalisasikan. Pemanfaatan sumber daya alam seperti umbi-umbian dan buah-buahan merupakan salah satu komoditas yang banyak dimanfaatkan sebagai olahan makanan ringan yang memiliki nilai jual cukup tinggi. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lumajang tahun 2022 terdapat 39.900 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Lumajang yang salah satu produk olahan berbahan baku umbi-umbian dan buah-buahan.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2018-2019 menunjukkan bahwa terdapat 1.271.528 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkembang cukup pesat dan kompetitif tersebar luas di seluruh Indonesia salah satunya usaha keripik. Keripik tergolong jenis makanan *cracker* yang memiliki sifat kering, renyah serta memiliki kandungan lemak yang cukup tinggi (Natalia, 2016). Salah satu sifat *cracker* yang mudah dikenali yaitu renyah, namun jika produk *cracker* menyerap air maka sifat renyah ini akan hilang. Hampir semua kalangan memilih olahan keripik sebagai salah satu produk pangan yang digemari (Lestari dkk., 2015).

Melimpahnya hasil potensi sumberdaya alam terutama pada hasil umbi-umbian, buah buahan dan sayur sayuran di Kabupaten Lumajang memicu munculnya bisnis baru makanan ringan berupa olahan keripik yang memiliki nilai jual. Pada wilayah Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang memiliki banyak

pesaing yang menjual produk yang serupa dengan varian rasa, isi dan kemasan yang sama, hanya segi rasa yang membedakan ciri khas dari masing-masing produk. Terbukti dengan banyaknya usaha keripik olahan umbi-umbian dan buah-buahan yang banyak bermunculan dan berkembang yang serupa, beberapa usaha keripik meliputi Keripik Pisang Camilan Khas Lumajang, Keripik Pisang Sumber Rasa, Keripik Pisang Aroma, Keripik Jati Arum, Keripik Pisang Agung, Keripik Sumber Rasa, Keripik Pisang Mahameru, Keripik Pisang UD. Sri Rejeki, Keripik Kirana, dan Keripik Rejo Roso.

Salah satu usaha olahan keripik di Kabupaten Lumajang adalah Keripik UD. Dwi Tunggal. UD Dwi Tunggal bergerak dalam bidang makanan ringan berupa camilan khas Lumajang. Usaha ini didirikan langsung oleh Abah Anwar selaku perintis pertama usaha keripik umbi-umbian dan pisang pada Tahun 1995 yang berada di Jl. Semeru No.6, RT.02/RW.01, Bundelan, Banjarwaru, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang. Awalnya usaha ini hanya menjual produk carang mas dan seiringnya berjalannya waktu dengan permintaan pasar yang sangat tinggi UD Dwi Tunggal membuat olahan baru berupa keripik umbi-umbian dan keripik pisang. Tingginya permintaan dan faktor kesehatan usaha ini digantikan oleh anak kandungnya bernama Aan hingga sekarang. UD Dwi Tunggal memiliki dua *outlet* sebagai sarana penjualan produk dan kemudahan konsumen untuk membeli produk UD Dwi tunggal yang memiliki berbagai varian produk diantaranya Keripik Talas, Keripik Singkong, Keripik Ketela Ungu, Keripik Sukun dan Keripik Pisang. Dari banyaknya pesaing olahan keripik dengan produk serupa UD Dwi Tunggal harus tetap konsisten meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, harga dan lokasi agar para konsumen puas dengan produk tersebut dan tetap melakukan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal.

Menurut Daga.R (2017:37) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk atau jasa karena dengan meningkatkan kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan hal ini membuat pelanggan membeli produk tersebut kembali.

Produk yang memiliki kualitas yang baik akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik. UD Dwi Tunggal selalu memperhatikan kualitas produknya seperti dari segi rasa yang tidak pernah berubah gurih dan renyah serta menjamin kualitas produk mulai dari proses produksi sampai produk dalam kemasan. Apabila produk mengalami kecacatan seperti produk hancur, kadaluarsa, dan tidak renyah perusahaan akan cepat mengganti produk tersebut dengan produk yang baru.

Pada setiap keputusan pembelian konsumen tidak hanya melihat dari segi kualitas produknya saja melainkan juga mendapatkan pelayanan yang baik untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Kualitas pelayanan sangat penting untuk diterapkan pada setiap usaha agar konsumen puas dalam keputusan pembeliannya. Menurut Tjiptono (2011) *dalam* Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pada UD Dwi Tunggal tidak memiliki karyawan khusus untuk menangani penjualan produk pada setiap *outlet*, tetapi tetap konsisten dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang sedang melakukan pembelian keripik, meskipun hanya ditangani oleh keluarga saja dalam melayani konsumen.

Kualitas produk dan pelayanan terkadang masih belum cukup untuk menjamin konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Menurut Hogan (2007) *dalam* Indrasari citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa, dan perusahaan dari merek yang dimaksud. Pada UD Dwi Tunggal memiliki citra merek yang cukup mudah diingat oleh konsumen karena memiliki kata akhiran “Tunggal” memiliki makna satu yang terus konsisten dalam menjaga kualitas produknya agar diingat bahwa UD Dwi Tunggal adalah usaha makanan ringan nomor satu di Kabupaten Lumajang yang memiliki ciri khas pada setiap produknya.

Tidak hanya pada kualitas produk, pelayanan dan citra merek tingkat keputusan pembelian juga dapat dilihat berdasarkan variabel harga. Menurut Abubakar (2022:40) harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Harga pada produk keripik UD Dwi Tunggal memiliki harga yang tergolong cukup murah, setiap produk memiliki harga yang berbeda-beda tergantung dengan jenis keripik yaitu keripik umbi-umbian atau keripik pisang. Keripik dengan isi buah original dibandrol dengan harga Rp. 13.000,- per kemasan 250 gram, keripik pisang buah pisang manis Rp. 13.000,- per kemasan 200 gram, keripik pisang agung original Rp. 20.000,- per kemasan 225 gram, keripik singkong putih Rp. 10.000,- per kemasan 200 gram, keripik sukun Rp. 11.000,- per kemasan 120 gram dan keripik talas Rp. 13.000,- per kemasan 200 gram. Harga yang terbilang cukup murah tapi rasa dan kualitas produk terjamin membuat olahan keripik UD Dwi Tunggal mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Salah satu strategi untuk dapat menarik konsumen dalam keputusan pembelian juga berdasarkan variabel lokasi. Menurut Abubakar (2022:60) lokasi merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang. Lokasi merupakan salah satu faktor situasional yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran atau marketing mix yang terdiri dari produk, harga, promosi dan lokasi atau lokasi perusahaan. Dalam bauran pemasaran ini, lokasi juga dapat disebut sebagai saluran distribusi bagi perusahaan, karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembelian konsumen, dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen. Lokasi penjualan UD Dwi Tunggal sangat strategis berlokasi di dekat Jalan Raya arah dari Kecamatan Senduro menuju Kabupaten Lumajang. Memiliki *outlet* yang cukup besar dan lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat membuat UD Dwi Tunggal sebagai pusat oleh-oleh khas Kabupaten Lumajang

Berdasarkan latar belakang tersebut, yaitu dengan banyaknya pesaing yang semakin banyak dengan produk serupa, sehingga diperlukan analisa terhadap atribut kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, harga dan lokasi apakah dapat mempengaruhi keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang. Sehingga peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), citra merek (X3), harga (X4) dan lokasi (X5) secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
2. Apakah variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
4. Apakah variabel citra merek (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
5. Apakah variabel harga (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
6. Apakah variabel lokasi (X5) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?
7. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian dilakukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), citra merek (X3), harga (X4) dan lokasi (X5) secara serempak terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas produk (X1) secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
4. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel citra merek (X3) secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
5. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel harga (X4) secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
6. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel lokasi (X5) secara parsial terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.
7. Menganalisis dan menguji pengaruh variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian keripik di UD Dwi Tunggal Kabupaten Lumajang. Maka manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran meningkatkan kemampuan penulis di bidang penelitian ilmiah yang relevan dengan latar belakang pendidikan penulis.

2. Bagi UD Dwi Tunggal

Hasil dari penelitian ini bisa dapat dijadikan masukan yang bermanfaat bagi UD Dwi Tunggal untuk mengetahui variabel-variabel mana yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga UD Dwi Tunggal kedepannya menjadi lebih baik.

3. Bagi pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai studi literatur tentang apa yang menjadi pengaruh terhadap k