

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang semakin berkembang membuat kebutuhan manusia mengalami perubahan, baik dari kebutuhan dasar maupun makanan. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam menjalankan bisnisnya. Perkembangan bisnis yang sangat ketat mengakibatkan adanya perubahan dalam menciptakan produk yang berbeda dan terus melakukan inovasi pada produknya. Dampak dari adanya persaingan tersebut mengakibatkan pendapatan menurun. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan dituntut untuk mencari strategi baru terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi, agar mampu bersaing dengan perusahaan yang lain dan memperoleh konsumen yang baru serta dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan sehingga perusahaan harus mampu memasarkan produk yang dihasilkan untuk mengikuti perubahan yang terus-menerus berkembang, serta dapat merancang pemasaran yang tepat.

Salah satu kegiatan untuk memperhatikan perilaku pembelian dengan meyakinkan pelanggan pada suatu produk sehingga akan timbul rasa percaya diri pada setiap tindakan yang akan diambil dan akan timbul keyakinan diri atas keputusan memilih suatu produk. Dalam perilaku pembelian banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut adalah produk, harga, promosi, dan lokasi.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk yang ditawarkan harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, dengan begitu produk dapat bersaing di pasaran dan terus dicari oleh konsumen. Kemudian, perusahaan perlu mengelola kualitas produknya untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk sebelum mengambil keputusan pembelian sehingga konsumen tidak kecewa terhadap produk dari perusahaan.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Faktor harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan

konsumen sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk, 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.

Promosi merupakan aktivitas menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Faktor promosi memiliki peranan yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk. Perusahaan perlu mengadakan promosi secara optimal dan perencanaan yang terstruktur dengan baik untuk memperkenalkan produknya pada pembeli dan masyarakat sehingga membuat konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Lokasi merupakan tempat pengembangan suatu usaha untuk menumbuhkan konsumen atau calon konsumen dalam memperoleh produk yang telah diproduksi, faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk, lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk perkembangan usaha, termasuk usaha penjualan aneka produk oleh-oleh. Konsumen memutuskan membeli suatu produk setelah mempertimbangkan lokasi tersebut. Sebagian besar konsumen memilih lokasi pusat oleh-oleh yang dekat dari rumah dan mudah dilalui.

Proses pengambilan keputusan suatu produk berbeda-beda, pada umumnya konsumen melakukan suatu evaluasi dan pemilihan produk untuk memutuskan melakukan pembelian, maka perusahaan mendapat tuntutan untuk memelihara konsumen dan memperluas pasar agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dari konsumen yang melakukan pembelian serta perusahaan lebih mengembangkan dan mengoptimalkan semua kemampuan agar konsumen dapat melakukan pembelian secara berkala.

Prima Rasa merupakan salah satu Toko yang menjual aneka oleh-oleh khas Kota Jember yang menjadi salah satu tujuan masyarakat. Prima Rasa ini menawarkan beragam variasi produk oleh-oleh dengan kualitas baik khususnya

produk dodol tape coklat yang baru dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Harga yang ditawarkan oleh Prima Rasa juga variatif. Selain produk dan harga yang beragam, Prima Rasa memiliki lokasi yang sangat strategis sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Letaknya yang sangat strategis dan dekat dengan tengah kota memudahkan konsumen untuk mencapai lokasi. Proses penempatan lokasi terhadap keputusan pembelian dibutuhkan tempat yang strategis yang mudah di akses oleh konsumen. sehingga jika terjadi kesalahan dalam memilih lokasi akan berpengaruh pada kelangsungan siklus penjualan secara terus-menerus. Persaingan yang semakin ketat dibidang usaha akan mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan dalam penjualannya. Begitu pula yang dialami oleh Prima Rasa, namun banyaknya Toko oleh-oleh di Jember Prima Rasa tetap bersaing dengan Toko oleh-oleh yang ada. Sehingga jika hal itu tetap terjadi diharapkan konsumen dapat terus menerus melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dodol Tape Coklat Di Prima Rasa Kabupaten Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang terdapat beberapa pokok permasalahan yang timbul yaitu:

1. Apakah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh Secara parsial terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di prima Rasa Kabupaten Jember?
2. Apakah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di Prima Rasa Kabupaten Jember?
3. Variabel manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di Prima Rasa Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di Prima Rasa Kabupaten Jember.
2. Mengetahui kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi secara serempak terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di Prima Rasa Kabupaten Jember.
3. Mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian dodol tape coklat di Prima Rasa Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat manfaat kepada pihak-pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak prima rasa kabupaten jember mengenai keputusan pembelian dari pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi.

2. Bagi lembaga

Memberikan informasi, referensi dan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya di bidang marketing.

3. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman, serta menerapkan beberapa teori yang diperoleh dalam perkuliahan.