

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis sejak pasca pandemi covid-19 mengalami berbagai tantangan yang cukup signifikan, salah satunya adalah kondisi ekonomi yang belum sepenuhnya stabil menyebabkan daya beli masyarakat melemah. Pada situasi ini konsumen menjadi lebih rasional ketika akan melakukan pembelian. Salah satu faktor yang sering dipertimbangkan konsumen ketika akan melakukan pembelian adalah harga. Harga merupakan unsur buaran pemasaran yang seringkali menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian yang tidak dapat dikesampingkan oleh perusahaan (Adrianto,2021). Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran dan ekonomi, karena dapat memengaruhi tingkat permintaan terhadap suatu produk. **Namun, dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, tingkat permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh harga semata, melainkan juga oleh faktor lain yang mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai salah satu alat ukur yang digunakan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa (Anwar & Wardani, 2021). Pelayanan yang baik mampu memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, sehingga dapat memengaruhi pertimbangan dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan melihat perubahan perilaku pembelian masyarakat yang telah banyak berubah, saat ini perusahaan perlu menyesuaikan strategi pemasaran. Salah satu produk yang menerapkan strategi tersebut adalah Lapis Kukus Tugu Malang, yang dikenal sebagai produk oleh-oleh khas Jawa Timur dan memiliki cabang di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Probolinggo.

Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki berbagai destinasi, seperti wisata alam dan budaya, sehingga mendorong tingginya kebutuhan akan produk oleh-oleh. Dalam kondisi tersebut, Lapis Kukus Tugu Malang cabang Probolinggo sering dijadikan pilihan oleh wisatawan maupun

masyarakat lokal karena menawarkan produk dengan harga yang relatif terjangkau dibandingkan produk oleh-oleh sejenis, seperti produk dengan merek Amanda, Tugu Pahlawan, dan Singosari. Berikut adalah tabel kisaran harga dari beberapa merek tersebut.

Tabel 1. 1 perbandingan harga produk oleh-oleh sejenis

No	Merek Produk	Kisaran Harga
1.	Lapis kukus tugu malang	Rp.18.000 – Rp 42.000
2.	Brownies Amanda	Rp.45.000 - Rp.70.000
3.	Lapis Kukus Tugu Pahlawan	Rp.35.000 - Rp.37.000
4.	Bolu Malang Singosari	Rp.33.000 – Rp.40.000

Sumber : Penelitian 2025

Berdasarkan tabel di atas, produk merek Lapis Kukus Tugu Malang merupakan produk yang menawarkan harga paling terjangkau dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Hal ini menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen sekaligus mendorong perusahaan untuk memberikan nilai tambah melalui kualitas pelayanan yang baik agar konsumen terdorong dalam melakukan pembelian. **Fenomena tersebut kemudian menarik perhatian peneliti untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga dan kualitas pelayanan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen terhadap produk Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo”.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian tersebut, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh serempak terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lapis Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lapis Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo.
3. Menguji dan menganalisis harga dan kualitas pelayanan berpengaruh serempak terhadap keputusan pembelian pada Lapis Kukus Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang di diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan evaluasi serta memberikan informasi yang berguna bagi manajemen Lapis Tugu Malang di Kabupaten Probolinggo dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama dalam menentukan kebijakan harga dan peningkatan kualitas pelayanan, dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat lebih tepat sasaran dalam menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.
2. Bagi Akademisi  
Penelitian ini dapat memeberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang pemasaran, serta diharapkan dapat

menjadi referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk lapis kukus tugu malang.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang pengaruh berbagai factor lain terhadap keputusan pembelian, selain itu penelitian ini dapat memeberikan perspektif baru tentang bagaimana bisnis kuliner di Probolinggo dengan pasar yang relatif lokal seperti Lapis Kukus Tugu Malang yang ada di cabang Probolinggo dalam menghadapi persaingan dan keinginan konsumen. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang perilaku konsumen.

