

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, pertumbuhan dunia usaha menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan.

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, keberhasilan pelaku usaha banyak ditentukan oleh ketepatan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi keinginan-keinginan konsumen dalam usahanya mendapatkan produk atau jasa yang termasuk dalam proses keputusan pembelian. Banyak pelaku usaha berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna memikat konsumen dan memenangkan persaingan pasar dan menguasai pasar. Pelaku usaha akan terus berusaha menguasai pangsa pasar guna mempertahankan eksistensinya di dunia usaha dan dengan tujuan akhir mendapatkan laba maksimal.

Alma (2018:4) menyatakan bahwa, pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategis yang bisa memberikan kepuasan berkelanjutan, bukan kepuasan sesaat untuk tiga *stakeholder* utama di setiap perusahaan yaitu pelanggan, karyawan, dan pemilik perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam Abdurrahman (2015:2) memberikan definisi pemasaran sebagai berikut.

“Pemasaran didefinisikan sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan komunikasikan menyampaikan pada pelanggan dan untuk mengelola kereliasan pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi (*stakeholder*).”

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran di era sekarang harus mampu menciptakan nilai yang berkesinambungan dengan pelanggan atau konsumen. Dengan kata lain strategi pemasaran merupakan hal yang harus dilakukan pelaku usaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan juga untuk mengembangkan usahanya. Pelaku bisnis harus

jeli dalam menyikapi perilaku konsumen dengan mengantisipasi perubahan dan dapat mempertahankan konsumen agar tetap royal terhadap produk yang mereka perdagangkan.

Warung Bakso Karno Cikereteg merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang produk makanan. Warung Bakso Karno sudah berdiri selama puluhan tahun dan selalu ramai oleh pembeli, seperti halnya permasalahan diatas persaingan bisnis juga dirasakan oleh Warung Bakso Karno, akhir-akhir ini banyak pelaku-pelaku bisnis serupa yang muncul di sekitar wilayah tersebut.

Tabel 1.1 Kompetitor Warung Bakso Karno

No	Nama Kompetitor Usaha Sejenis
1	Mie Ayam Bakso Muncul
2	Bakso Tiga Saudara
3	Kuliner Ciciw
4	Mie Ayam Baso Berkah Rizki
5	Mie Ayam Bakso Solo Indah
6	Bakso Zihana

Sumber: Peneliti (2022)

Dalam menghadapi persaingan ini Warung Bakso Karno selalu memperhatikan strategi dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli. Dalam strategi produk yang ditawarkan Warung Bakso Karno selalu menggunakan bahan-bahan yang bermutu dan berkualitas, sehingga rasa produk yang dijual berkualitas dan enak. Produk dicetak dengan tangan sendiri sehingga menciptakan rasa yang selalu sama dan tidak mengecewakan konsumen.

Selain strategi produk, Warung Bakso karno juga memperhatikan strategi dalam hal kualitas pelayanan. Dalam hal kualitas pelayanan, Warung Bakso Karno memberikan pelayanan yang maksimal kepada semua konsumen, seperti melayani keinginan konsumen, membantu konsumen bila memerlukan sesuatu. Strategi lain yang diterapkan di Warung Bakso Karno yaitu Lokasi. Lokasi yang dipilih Warung Bakso Karno sangat strategis yaitu dekat dengan keramaian seperti pasar, dengan pemilihan lokasi yang strategis ini diharapkan bisa mempengaruhi volume penjualan. Warung Bakso Karno sudah menggunakan strategi-strategi yang diharapkan bisa menaikkan tingkat penjualan,

namun dari strategi-strategi yang diterapkan masih belum menunjukkan pengaruh yang signifikan pada tingkat penjualan.

Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2018 – 2021 (Dalam Rupiah)

Tahun	Total Pendapatan Penjualan Per Tahun
2018	Rp 444.288.000,-
2019	Rp 444.288.000,-
2020	Rp 370.240.000,-
2021	Rp 333.216.000,-

Sumber: Warung Bakso Karno (2022)

Dapat dilihat dari data penjualan diatas Warung Bakso Karno selalu mengalami penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir. Untuk itu Warung Bakso Karno perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut antara lain produk, kualitas pelayanan, dan lokasi.

Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Warung Bakso Karno, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg.”**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Tidak adanya varian produk bakso yang membuat pelanggan tidak ada pilihan dalam membeli bakso di Warung Bakso Karno.
2. Lokasi parkir yang terbatas membuat pelanggan kesusahan saat hendak memarkirkan kendaraan ketika beli di Warung Bakso Karno.
3. Jalan disekitar Warung Bakso Karno jelek.
4. Terkadang kebersihan tempat kurang diperhatikan oleh penjual Warung Bakso Karno, sehingga membuat konsumen kurang nyaman.
5. Masih adanya pelanggan yang komplain dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Bakso Karno.

1.3.Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas maka diperlukan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini hanya pada pengaruh produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg.

1.4.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg?
2. Apakah secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg?
3. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg?
4. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Warung Bakso Karno Cikereteg?

1.5.Tujuan Penelitian

Sesuai Permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara simultan produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di Warung Bakso Karno Cikereteg.
2. Untuk mengetahui secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di Warung Bakso Karno Cikereteg.
3. Untuk mengetahui secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di Warung Bakso Karno Cikereteg.
4. Untuk mengetahui secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di Warung Bakso Karno Cikereteg.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat digunakan untuk membantu menentukan strategi pemasaran bagi pelaku usaha, khususnya Warung Bakso Karno.

2. Bagi Penulis

Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai masukan dan sumbangan ilmu dalam bentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian sejenis lebih mendalam

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.