

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap perusahaan bertujuan utama dalam melakukan usahanya adalah untuk mendapat dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh. Salah satu sumber utama dalam memperoleh keuntungan ialah dengan melakukan penjualan dari produk yang ditawarkan. Setiap penjual saling bersaing dengan ketat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, menyebabkan perubahan dari perilaku konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian untuk membeli sebuah produk. Menurut Listyorini et al.,(2012) keputusan pembelian konsumen yang tinggi mampu mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan atau laba yang akan diperoleh semakin tinggi, maka perusahaan atau penjual harus mempertimbangkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk barang atau jasa tersebut. Keputusan pembelian menjadi salah satu hal penting dalam mempertahankan konsumen. Perusahaan atau penjual harus mampu mengetahui dan mempelajari tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan atau penjual juga harus selalu mengobservasi informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari produk. Sebab dengan pengetahuan yang baik mengenai perilaku konsumen dapat mendorong dan mampu memberikan masukan yang berarti untuk pengaplikasian keputusan perusahaan atau penjual untuk langkah-langkah ia berbisnis.

Ketika pembeli mempresepsikan harga barang murah maka pembeli akan tertarik untuk melakukan pembelian, oleh karena itu penjual harus mampu menerapkan harga yang sesuai. Persepsi harga menjadi hal yang berpengaruh kuat dalam keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen mempertimbangkan harga sebagai tolok ukur juga dalam keputusan. Produk yang dijual harus mempertimbangkan harga jual yang ditetapkan. Menurut Ramli (2013:51) harga adalah suatu nilai relatif yang dimiliki suatu produk. Dalam menetapkan harga, penjual harus memposisikan produk pada pasar yang sesuai. Tinggi rendahnya suatu harga pada produk tentunya mempengaruhi konsumen

dalam keputusan pembeliannya. Oleh sebab itu, produk yang ditawarkan penjual harus tepat dalam penetapan harga jualnya sehingga dapat diterima oleh konsumen dan harga harus ditetapkan sebagaimana manfaat akan produk tersebut.

Ketika pembeli memperoleh pelayanan yang baik maka pembeli akan tertarik dengan penjual. Kualitas pelayanan ikut menjadi faktor yang memiliki pengaruh andil dalam keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan ikatan atau bonding antar konsumen dan penjual. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan pelayanan adalah suatu tindakan yang ditawarkan atau diberikan dari satu pihak untuk pihak yang lainnya dengan kegiatan yang tidak terlihat atau terwujud, dan tidak memberikan suatu kepemilikan apapun.

Ketika diferensiasi produk banyak maka pembeli memperoleh berbagai banyak pilihan untuk menentukan produk yang akan pembeli pilih. Diferensiasi produk termasuk dalam indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen (Griffin, 2003:357). Dengan adanya perbedaan produk, maka konsumen akan mempunyai pertimbangan dalam melakukan pembelian. Dimana diferensiasi produk ialah upaya yang dilakukan perusahaan untuk berinovasi dalam perbedaan produknya dari competitor. Adanya perbedaan produk akan mengarahkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Ketika kualitas produk itu baik maka konsumen akan membeli, karna pada dasarnya konsumen menyukai produk yang berkualitas. Kualitas produk adalah salah satu keunggulan kompetitif komersial. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian, kualitas produk juga menjadi perbandingan dengan kompetitor. Menurut Kotler & Keller (2012) perusahaan dalam orientasinya terhadap pasar, produk mempunyai konsep bahwa konsumen menyukai produk dengan kualitas, kinerja ataupun inovasi dari perusahaan tersebut dengan baik. Kualitas produk menjadi salah satu faktor unggulan dalam penjualan suatu produk dan merupakan suatu nilai jual yang menjadi sebuah khas atau keunggulan tersendiri. Oleh sebab itu, penjual dituntut

untuk mampu memenuhi keinginan konsumennya sehingga dapat memberikan produk yang sesuai. Kualitas produk yang baik merupakan kunci dari keberlangsungan produktifitas penjual.

Hal mencakup persepsi harga, kualitas pelayanan, diferensiasi produk dan kualitas produk dalam keputusan pembelian konsumen perlu dipertimbangkan secara matang, baik perusahaan/penjual besar maupun kecil. Tidak terkecuali oleh Kafe Maenaka. Maenaka bergerak pada bidang usaha food and beverage. Maenaka didirikan pada tahun 2022 yang tergolong usaha masih baru, maka dari itu hal-hal mencakup perilaku konsumen mengenai persepsi harga, kualitas pelayanan, diferensiasi produk dan kualitas produk belum diperhatikan dengan seksama. Maka dari itu, perlu ditinjau untuk evaluasi manajemen. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut mampu membantu manajemen dalam memutuskan suatu kebijakan manajemen yang bertujuan demi kemajuan dan kelangsungan hidup usaha tersebut. Seperti halnya penelitian yang dilakukan Utomo & Khasanah (2018) pada penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Pelanggan, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian studi pada Super Sambel Semarang Cabang Lemper mengungkapkan bahwa melalui variabel-variabel yang diteliti meliputi variabel harga, variabel lokasi pelanggan, variabel kualitas produk, variabel pelayanan terhadap variabel terikat keputusan pembelian dapat diketahui bahwa variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Dengan mengetahui hal tersebut, dapat menjadi sebuah saran kepada perusahaan atau penjual untuk meningkatkan kinerja demi keberlangsungan hidup suatu bisnis. Dalam penelitian tersebut, terdapat saran bagi peneliti mendatang yaitu menambah variabel untuk melengkapi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

Atas dasar permasalahan tersebut peneliti ingin membantu pelaku usaha tersebut dengan penelitian yang mengambil variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, diferensiasi produk, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen ke dalam judul penelitian yaitu “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Kafe Maenaka Blitar)”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka?
3. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen kafe Maenaka.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat adanya penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang ingin dicapai ini diharapkan dapat menambah referensi dimasa mendatang dengan topik yang sejenis sehingga mampu memperkaya literature studi penelitian yang berkaitan dengan Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Pdosuk dan Kualitas Produk.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbang manfaat bagi perusahaan atau penjual untuk penggambaran ide strategi berikutnya dalam keberlangsungan usahanya.

