

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, persaingan dan kemajuan di sektor komersial semakin meningkat. Para pelaku usaha harus memiliki keunggulan pada produk-produk mereka supaya dapat bersaing di pasar dan bisa menarik keinginan para konsumen untuk memutuskan keputusan pembelian ke produk mereka. Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen memilih produk atau layanan dari beberapa opsi yang tersedia, dipengaruhi oleh berbagai variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen (Yuliana & Maskur, 2022)

Green house Kebun Kita merupakan UMKM di bidang pertanian yang sudah berdiri sejak 2020 memproduksi dan menjual melon-melon hidroponik dengan banyaknya pesaing saat ini menuntut pelaku usaha untuk menghasilkan melon hidroponik dengan kualitas terbaik. Melon yang dijual dan dibudidayakan di Kebun Kita merupakan jenis melon hidroponik yang dirawat dengan intensif di dalam *green house*, dengan dirawatnya melon dengan intensif diharapkan menghasilkan melon yang berkualitas terbaik dan menjadi daya saing tinggi bagi pesaing melon hidroponik. Melon hidroponik di Kebun Kita memiliki rasa manis 2x lipat dari lahan konvensional, untuk daya tahan melon hidroponik lebih lama 2-3 minggu dibandingkan dengan melon lahan konvensional yang cuma bertahan 1 minggu.

Banyaknya pesaing pada saat sekarang memaksa para pelaku usaha untuk menawarkan kualitas produk yang terbaik demi memenuhi harapan konsumen, maka dari itu kualitas produk menjadi variabel yang saya ambil. Kualitas produk merupakan ciri barang yang berkompeten dan dapat memenuhi tuntutan yang eksplisit dan implisit. Suatu produk digambarkan sebagai barang apa pun yang dapat disajikan ke pasar untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan, memberikan kegunaan, perhatian, keahlian, atau konsumsi (Wydyanto & Andri, 2020).

Melon yang dijual di Kebun Kita memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan lahan konvensional tetapi dengan harga yang mahal pembeli

mendapatkan melon dengan kualitas terbaik, maka dari itu harga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian suatu produk dengan berbagai aspek di dalamnya. Menurut, Darmawan (2017) menegaskan bahwa harga memungkinkan pelanggan untuk mendistribusikan daya beli mereka di antara barang-barang, dengan harga sebagai indikator kualitas produk. Menurut Hrustić & Gregurec, (2015) harga seringkali dianggap sebagai ukuran kualitas yang dapat menjadikan produk atau jasa tersebut lebih baik atau kurang menarik bagi calon pembeli.

Promosi adalah semua jenis kegiatan memasarkan suatu jasa/produk yang ditujukan untuk konsumen supaya mendorong permintaan, sedangkan pengertian lain promosi menurut Hermiyenti & Wardi, (2019) promosi adalah suatu cara yang bisa membuat perusahaan dapat bersaing dalam memasarkan dan membantu konsumen untuk memilih produk yang mereka gunakan. Citra merek produk yang baik akan menarik perhatian pelanggan. Jika klien cenderung menggunakan produk yang dipasarkan. Promosi yang diterapkan di Kebun Kita ada 2 tipe yaitu *offline* dan *online*. Promosi dapat mengenalkan produk-produk apa saja yang di Kebun Kita dan keunggulan serta karakteristik produk tersebut dapat di jelaskan pada saat promosi.

Kualitas layanan menjadi salah satu hal yang cukup diperhatikan oleh penjual karena akan mempengaruhi sifat para pembeli dan membentuk citra pada pembeli. Kualitas layanan adalah evaluasi perbedaan antara totalitas penawaran di dalam organisasi dan pengalaman penerima layanan (Tri Widodo, 2016). Maka dari itu kualitas pelayanan menjadi variabel yang saya ambil.

Penelitian ini diberi judul " Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melon Hidroponik di Kebun Kita Kabupaten Kediri."

1.2 Rumusan Masalah

Isu-isu yang dibahas dalam penelitian ini, sebagaimana diuraikan di latar belakang, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga, kualitas produk, promosi dan kualitas layanan melon hidroponik di Kebun Kita Kabupaten Kediri?

2. Bagaimana keputusan pembelian melon hidroponik di Kebun Kita Kabupaten Kediri?
3. Apa dampak harga, kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melon hidroponik di kebun Kita Kabupaten Kediri?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini, sebagaimana digambarkan oleh isu-isu tersebut di atas, adalah:

1. Menganalisis harga, kualitas produk, promosi dan kualitas layanan melon hidroponik di Kebun Kita Kabupaten Kediri.
2. Menganalisis keputusan pembelian melon hidroponik di Kebun Kita Kabupaten Kediri.
3. Mengevaluasi pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian melon hidroponik di Kebun Kediri.

1.4 Manfaat

1. Studi ini merupakan sumber yang signifikan bagi para peneliti, meningkatkan pengalaman dan pemahaman mereka dalam menerapkan ide-ide yang diperoleh dari kuliah.
2. Bagi para pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber daya dan pengetahuan untuk kemajuan penelitian tambahan atau analoginya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memahami perilaku pelanggan selama proses pengambilan keputusan pembelian, sehingga menginformasikan upaya pemasaran selanjutnya.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penyelidikan ini adalah sebagai berikut:

1. Harga adalah jumlah yang harus dibayarkan klien kepada penjual untuk mendapatkan produk atau layanan yang diinginkan. Indikator Harga adalah sebagai berikut:
 - a. Efektivitas biaya
 - b. keselarasan harga dengan kualitas produk
 - c. Daya saing harga
2. Kualitas produk mengacu pada tingkat keunggulan atau atribut khas dari barang atau jasa yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi harapan mereka. Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:
 - a. Daya tahan
 - b. Estetika
 - c. Rasa
 - d. Kesesuaian dengan spesifikasi
3. Promosi merupakan usaha penjual untuk memperkenalkan produk/jasa yang berisi informasi dan keunggulan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Indikator promosi sebagai berikut:
 - a. Media promosi
 - b. Kreativitas promosi
4. Kualitas layanan mengacu pada tingkat kesempurnaan dalam layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka atau memenuhi harapan mereka dari penjual. Indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut:
 - a. Bukti fisik
 - b. Daya tangkap
 - c. Jaminan
5. Keputusan pembelian adalah penentuan konklusif yang dibuat oleh pelanggan untuk memperoleh suatu komoditas atau jasa, yang dipengaruhi oleh beberapa variabel tertentu. Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Kemantapan membeli dari konsumen
- b. Pertimbangan dalam membeli produk
- c. Kemudahan mendapatkan produk
- d. Pembelian berulang

