

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda. Salah satu kebutuhan manusia yang paling penting adalah kebutuhan pangan selain sandang dan papan. Dengan makan, manusia dapat melangsungkan kehidupannya. Saat ini, banyak sekali bisnis yang menuntut perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing dalam usahanya. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dapat berperan terhadap konsumen dalam melakukan suatu pembelian. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya.

Banyak sekali faktor yang berperan terhadap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, seperti produk, harga, lokasi dan lainnya. Sekarang ini konsumen sangat teliti dalam mengambil keputusan pembelian. Misalnya dari produk yang unik, enak dan menarik penampilannya dengan otomatis akan menarik konsumen untuk mencobanya.

Selain itu, dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen juga melihat dari faktor harga. Produk makanan yang enak dengan harga terjangkau pasti akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya, apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari. Konsumen selalu mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk. Jika sebuah produk dengan citra merek yang baik, kualitas yang bagus dan

manfaat yang besar, maka konsumen tidak akan segan mengeluarkan biaya tinggi untuk mendapatkan produk tersebut.

Kotler mengatakan bahwa suasana lingkungan toko dapat menghasilkan efek emosional tertentu pada konsumen yang dapat meningkatkan pembelian termasuk karakteristik kondisi non-visual seperti musik atau cahaya; karakteristik desain termasuk kondisi luar seperti warna atau display; karakteristik sosial yang berkaitan dengan variabel manusia seperti interaksi dengan karyawan.

Lokasi toko sangat mempengaruhi keinginan seorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Toko yang jauh dari jangkauan konsumen tidak akan diminati untuk dikunjungi. Tjiptono menjelaskan bahwa di dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (*akses*) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, (*visibilitas*) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lokasi berada pada lalu lintas (*traffic*) atau berada pada daerah yang banyak orang-orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya impulse buying,

Lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang ditawarkan kandung jauh dari lokasi pesaing. Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan banyak faktor seperti, faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar, atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan supplier, dan kedekatan dengan fasilitas transformasi umum. Dengan begitu konsumen akan mudah merasa puas dan akan selalu

mengingat ketika lokasi transaksi yang dilakukan banyak dikenal orang dari luar maupun kota di Lampung selatan

Deca Jamur Crispy Pak Aliyanto ini terletak di Gang. Wakafi, Jati Mulyo, Kecamatan Jati Agung, RT 01 RW 001 Provinsi Lampung. Pada awal berdirinya sampai sekarang, Deca Jamur Crispy pak Aliyanto merupakan tempat usaha yang didirikan di rumahnya, kemudian melihat peluang untuk memproduksi jamur yang sebelumnya hanya tumbuhan jamur Tiram biasa kini menjadi Jamur Crispy dengan mengembangkan usahanya, ditengah pandemi Covid-19 ternyata sangat membuahkan hasil dan terus berkembang sampai sekarang.

Gambar 1.1

Produk Deca Jamur Crispy



Sumber : *UMKM Deca Jamur Crispy 2024*

Harga yang ditawarkan di Deca Jamur Crispy ini tergolong lebih terjangkau perkemasan dibandingkan dengan harga jamur crispy yang ditawarkan pada tempat lain. Seperti yang diungkapkan oleh Owner “Dari dulu kami memang menerapkan harga yang terjangkau, dari awal berdiri pada tahun 2014 dengan harga jamur tiram Rp.5000 kemudian seiring tahun berganti.

pada tahun 2019 pada pandemi Covid-19 yang memaksa semua kegiatan harus dirumah saja dan tidak ada kegiatan beraktivitas di luar rumah seperti pekerjaan, atau bertransaksi di pasar. maka Owner Deca Jamur Crispy berinovasi untuk mengembangkan dengan membuat produk yaitu jamur crispy untuk tetap mempunyai penghasilan setiap hari walaupun banyak rintangan dan tidak berjalan seperti yang diinginkan untuk membuat produk baru tapi dengan niat dan ketekunan pak Ali maka bisnis tersebut berkembang sampai sekarang. Dengan bahan baku yaitu Jamur Tiram yang dibudidayakan oleh Bapak Aliyanto sekeluarga Dengan hasil kerja keras dan kesabaran yang baik sehingga produk dari Deca Jamur Crispy dapat bersaing dengan produk lain maka menjadi capaian yang sangat membaggakan dengan penjualan disekitar area Lampung Selatan dan sekitarnya Sebuah fakta menarik dalam penelitian ini terletak pada strategi pemasaran yang dilakuka Pak Ali berkaitan dengan variabel lokasi.

Deca Jamur Crispy Pak Ali terletak di lokasi yang kurang strategis, karena cukup sulit ditemukan, masuk gang-gang kecil dan dilingkungan penduduk. Namun anehnya usaha ini ramai pengunjungnya, terutama yang mempunyai toko klontong untuk melengkapi jualan mereka. Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaing.

Bauran pemasaran berperan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena bauran pemasaran adalah suatu strategi yang digunakan dalam bidang

pemasaran untuk menciptakan pertukaran dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba dan meningkatkan volume penjualan. Agar perusahaan dapat berhasil menciptakan keputusan pembelian konsumen atas produk yang ditawarkan perusahaan, perusahaan harus cermat dan teliti dalam menentukan bauran pemasaran yang tepat. Bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena bauran pemasaran adalah suatu strategi yang digunakan dalam bidang pemasaran untuk menciptakan pertukaran dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba dan meningkatkan volume penjualan. Dalam hal ini bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu *product, price, place, promotion*.

Dalam proses penyampaian produk kepada konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur bagi setiap perusahaan. Tinjauan harga sangatlah penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk yang berbeda. Tempat juga merupakan salah satu faktor penting dalam rangka mendistribusikan dan juga tempat terjadinya transaksi antara perusahaan dan konsumen. Tempat yang strategis, dengan akses yang mudah serta mampu dijangkau oleh konsumen dapat mendorong konsumen untuk memutuskan membeli di tempat tersebut.

Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat menentukan keputusan pembelian atau tidaknya. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai. Dari sudut pandang konsumen, biasanya harga didefinisikan sebagai uang yang harus diberikan konsumen

untuk membeli barang atau jasa. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai dan kualitas). Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori specialty product.

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Di dalam proses membandingkan ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya.

Dalam penelitian ini peneliti membatasi pembahasan terkait variabel harga dan lokasi karena dari faktor harga, Deca Jamur Crispy menawarkan harga yang sangat terjangkau yang pada saat ini jarang dijumpai pada toko lain yang memiliki produk yang serupa, dan juga dari faktor lokasi karena Deca Jamur Crispy ini terletak pada lokasi yang sulit ditemukan tetapi ramai pengunjung. Sedangkan faktor produk dan promosi tidak peneliti bahas karena produk yang sama bisa ditemukan di tempat yang lain dan Deca Jamur Crispy ini tidak melakukan promosi seperti melalui brosur atau potongan harga dan lainnya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DECA JAMUR CRISPY DI LAMPUNG SELATAN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Deca Jamur Crispy?
2. Adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Deca Jamur Crispy?
3. Adakah harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Deca Jamur Crispy.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Deca Jamur Crispy.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.