

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah suatu organisasi yang menghasilkan barang/jasa yang kemudian dijual dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis menjadi acuan untuk masyarakat melakukan aktifitas tukar menukar, dalam bisnis segala sesuatu dapat diperjual belikan dengan adanya nilai daya guna yang dapat menjadi daya beli bagi masyarakat. Bisnis kuliner di Indonesia secara kasat mata tumbuh menyebar dimana-mana, menunjukkan bahwa industri kuliner terus berkembang bahkan dikatakan sangat booming. Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang paling dapat dijalankan hingga saat ini.

Bisnis menjadi pilihan bagi banyak masyarakat yang ingin memiliki usaha sendiri, pesaing bisnis semakin waktu semakin meningkat. Berbagai hal unik dan menarik terus diciptakan untuk membuat bisnis. Pada wilayah Bekasi banyak bermunculan usaha, terutama usaha makanan cepat saji yang menjangkau semua kalangan.

Bisnis pada bidang kuliner salah satunya adalah bakso. Bakso merupakan produk olahan daging yang biasa disajikan panas dan mempunyai nilai gizi yang tinggi karena kaya protein hewani yang sangat diperlukan tubuh manusia terutama untuk pertumbuhan. Bakso menjadi makanan terpopuler di Indonesia hal ini disebabkan karena sangat mudah ditemukan pedagang bakso dari desa maupun kota mulai dari pedagang keliling, kaki lima, hingga restoran, bakso juga diminati oleh banyak orang baik dari anak-anak hingga orangtua. Hal ini menyebabkan pelaku usaha bakso kini tengah menjamur di berbagai lokasi di Bekasi.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas produk yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan melihat produk yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari toko satu dengan toko lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembeliannya, harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran yang lainnya seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik toko tersebut, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, selain harga yang dapat mempertimbangkan keputusan pembeliannya toko akan melakukan promosi dalam menarik konsumen

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkacamata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut selain dirinya sendiri. Jadi promosi digunakan dalam proses memicu terjadinya transaksi agar pelanggan membeli produk dan juga menjadi sebuah kegiatan dalam memenuhi target penjualan.

Tabel 1.1
Data Pembeli Bakso Kedai Suchay
Bulan Febuari s/d April 2023

NO	BULAN	MINGGU KE-	TARGET	PERSENTASE PEMBELI	JUMLAH PEMBELI
1	Febuari	Minggu Ke-1	600 Orang	75%	450 Orang
		Minggu Ke-2	600Orang	91%	550 Orang
		Minggu Ke-3	600 Orang	70%	425 Orang
		Minggu Ke-4	600 Orang	95%	575 Orang
Total Perbulan			2.400 Orang		2.000 Orang
2	Maret	Minggu Ke-1	600 Orang	88%	525 Orang
		Minggu Ke-2	600Orang	80%	480 Orang
		Minggu Ke-3	600 Orang	90%	540 Orang
		Minggu Ke-4	600 Orang	97%	580 Orang
Total Perbulan			2.400 Orang		2.125 Orang
3	April	Minggu Ke-1	600 Orang	83%	495 Orang
		Minggu Ke-2	600Orang	89%	535 Orang
		Minggu Ke-3	600 Orang	92%	550 Orang
		Minggu Ke-4	600 Orang	93%	555 Orang
Total Perbulan			2.400 Orang		2.135 Orang
Rata - Rata					2.086 Orang

Sumber : Bakso Kedai Suchay (2023).

Dari data diatas hasil penjualan bakso kedai suchay selama pertiga bulan, dimana pada bulan Febuari terdapat jumlah pembeli sebanyak 2.000 orang, disusul bulan Maret terdapat jumlah pembeli sebanyak 2.125 orang, dan terakhir dibulan April sebanyak 2.135 Orang, dengan rata-rata sebanyak 2.086 Orang. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Kedai Suchay di Kota Bekasi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh manajemen Bakso kedai suchay.
2. Faktor kualitas produk yang belum maksimal terhadap keputusan pembelian bakso kedai suchay.

3. Harga yang ditetapkan oleh Bakso kedai suchay cenderung masih lebih mahal jika dibandingkan dengan harga yang berlaku di pesaing lainnya
4. Faktor kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan Masalah Hasil identifikasi masalah yang ada di Bakso Kedai Suchay menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian bakso kedai suchay.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi ?
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi ?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi ?
4. Apakah secara simultan Harga, Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di bakso kedai suchay ?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi
2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi.

3. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakso kedai suchay di Kota Bekasi.
4. Untuk mengetahui secara simultan secara simultan Harga, Kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli di bakso kedai suchay.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan busana maupun oleh Manajemen bakso kedai suchay.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan produk, harga, dan promosi dan keputusan membeli.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi – materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan diuraikan tentang pengertian dan definisi dari harga, kualitas produk, dan promosi serta pengertian keputusan pembelian, proses keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan Teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan 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 akan dijelaskan hasil analisa kesimpulan yang ditarik dalam bentuk kesimpulan dan sekaligus memberikan saran sebagai masukan kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

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