

BAB I

PENDAHULUAN

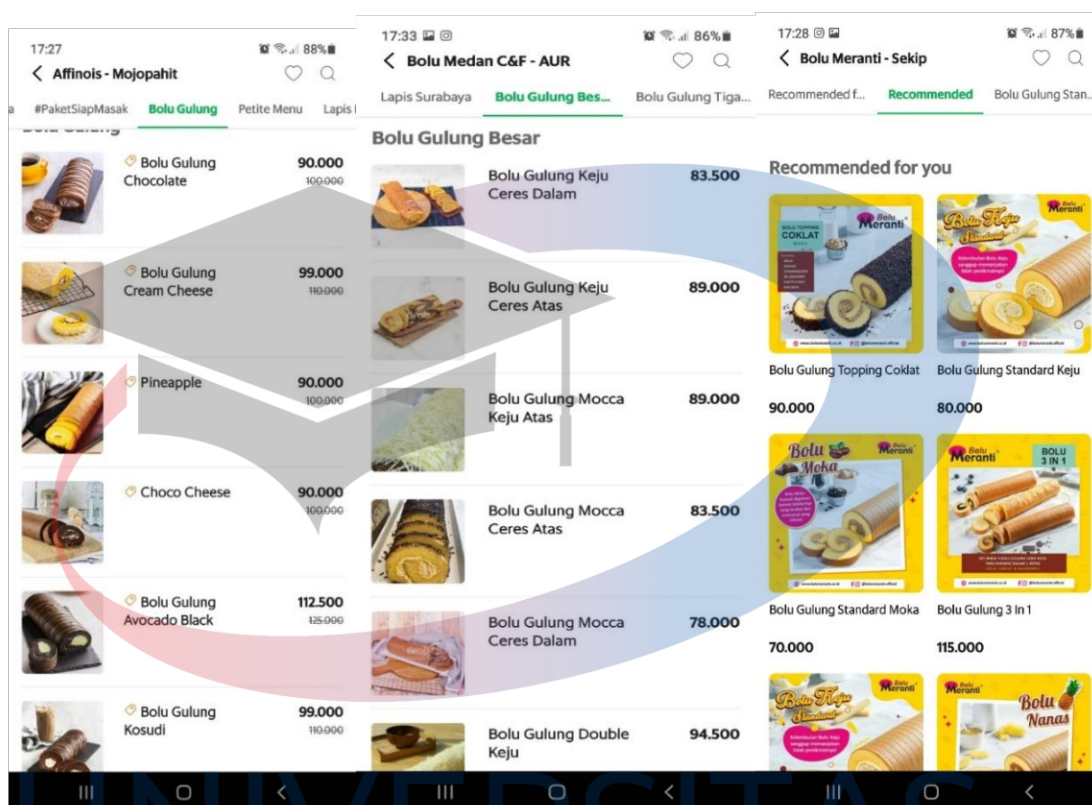
1.1 LATAR BELAKANG

Era Globalisasi saat ini mengakibatkan kemajuan bisnis berkembang sangat pesat karena di era globalisasi ini perkembangan teknologi digital membuat bisnis sangat mudah sekali berkembang karena dengan menggunakan teknologi – teknologi dapat menunjang kemajuan bisnis di bidang apapun misalnya di bidang promosi, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi dalam menginformasikan produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan ke pada konsumennya. Pemanfaat teknologi digital ini dapat digunakan oleh seluruh bidang bisnis yang ada tidak terkecuali bisnis yang bergerak dibidang kuliner. Bisnis Kuliner merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini dikarenakan semua orang memerlukan makanan sehingga sering dikatakan Bisnis Kuliner memiliki pangsa pasar yang tidak terbatas karena bisa menjangkau seluruh kalangan masyarakat sehingga banyak pengusaha membaca situasi berikut sebagai peluang untuk membuka bisnis baru khususnya di bidang *Bakery* (Oleh-Oleh Khas Medan), karena setiap turis yang datang jalan-jalan atau pekerja dinas selalu pulang dengan mengantongi beberapa oleh-oleh seperti contoh oleh-oleh khas medan adalah Bolu Gulung, Lapis Legit, Bika Ambon dan masih banyak lagi lainnya.

Keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat bertahan atau berkembang di masa mendatang sangat dipengaruhi oleh banyak atau tidaknya konsumen yang dimiliki perusahaan tersebut, untuk mendapat konsumen perusahaan harus mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar bersedia menggunakan produk yang ditawarkan. Keputusan Pembelian merupakan suatu proses yang berasal dari semua pengalaman mereka dalam pembelajaran memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan sebuah produk, [1] dalam konteks keputusan pembelian, konsumen dapat memilih akan membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Sehingga keputusan seluruhnya diserahkan kepada keputusan konsumen-kembali.

Affinois merupakan toko kuliner yang menyediakan beberapa oleh-oleh khas medan yaitu lapis legit dan bolu gulung dengan variannya yang banyak sekali, seperti lapis legitnya yang memiliki banyak varian topping dan rasa seperti chocochip, cheese

,prunes,trios,kismis.original dan beberapa produk unik yang diluncurkan oleh affinois seperti bolu dengan corak jerapah dan harimau dan affinois juga terkenal dengan harga yang lumayan tinggi karena bahan baku yang di pakai adalah bahan baku yang premium sehingga produk yang di jual adalah produk premium.



Gambar 1.1 Daftar Harga Affinois,C&F dan Meranti

Pelanggan merupakan aset perusahaan agar bisa mendapatkan pelanggan yang banyak tentu kita harus menjaga *rated* harga agar konsumen merasa terjangkau dan *worth it* terhadap produk yang dibeli. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atas sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk, [2] berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen mengatakan dari segi keterjangkauan harga, harga produk Affinois cenderung lebih tinggi daripada pesaing tetapi konsumen merasa *worth it* mengingat bahan-bahan yang digunakan affinois adalah bahan yang premium seperti salah satu contohnya bahannya yaitu salah satu produk affinois yaitu lapis legit memiliki tiga campuran *butter* yang berbeda yaitu blueband,wijsman dan corman. Sehingga Affinois dengan bangga dan mempromosikan menjual produk dengan memakai bahan yang premium dengan harga yang tidak terlalu tinggi, sehingga konsumen Affinois tetap

bersedia dengan mengeluarkan uang lebih mahal sedikit tapi dapat merasakan lapis legit, bolu gulung dengan kualitas premium. Merujuk dari beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan harga seperti penelitian dengan judul Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Indosat diperoleh hasil Harga Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian [3], Kemudian hasil Peneliti berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang diperoleh hasil bahwa Harga Tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian. [4] Dua hasil penelitian yang berbeda ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam lagi untuk mengetahui seberapa besar harga memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Setiap bisnis yang berjalan, agar bisnis bisa berkembang dengan cepat tentunya setiap bisnis akan melakukan promosi yang besar agar informasi produk yang dijual bisa tersampaikan dengan cepat ke konsumen ataupun target pasar dari sebuah bisnis. Promosi adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. [5] Promosi yang berfungsi sebagai pengenalan produk sebuah bisnis ataupun berupa promo diskon, promo *free* produk, dan promo *cashback* dari hasil wawancara dengan konsumen Affinois diperoleh informasi bahwa dari sisi periklanan Affinois menyediakan *budget* promosi yang cukup besar untuk beriklan melalui sosial media, grabfood, gofood dengan melakukan bentuk promosi yang bertujuan menarik konsumen berkeinginan membeli salah satunya melakukan promosi bulanan di grabfood untuk produk lapis legit dengan memberikan diskon 20% serta ketika konsumen menggunakan kode promosi dari grabfood akan mendapatkan *double* diskon, selain itu bentuk promosi lainnya melalui program khusus *In House* dengan pembelian minimal Rp. 120.000 akan mendapat *free* salah satu produk. Bentuk promosi lainnya yang dilakukan untuk memanjakan konsumen memberikan promosi-promosi yang menarik lainnya. Ini yang membuat menarik untuk diteliti karena beberapa peneliti mengatakan Promosi Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian. [6] Sedangkan ada juga yang peneliti yang mengatakan bahwa Promosi Tidak Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. [7] Sehingga ini menjadi menarik untuk

d teliti apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada objek Affinois-

Selain Harga dan Promosi, faktor lainnya yang memainkan peranan penting dari sebuah bisnis adalah produk yang akan ditawarkan ke konsumen baik dari sisi desain, daya tahan maupun kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan, meliputi barang, fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide. [8] Dari-hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa produk affinois cenderung memiliki desain yang unik dengan kualitas yang baik. Kemudian, perusahaan juga memunculkan produk-produk baru hasil dari modifikasi dari produk yang ada sebelumnya seperti Bolu Petite adalah produk bolu yang memiliki corak harimau dan corak jerapah pertama dikota medan dengan isian ovomaltine, dan pencetus bolu dengan isian eskrim pertama di kota Medan. Dari sisi ciri khas memiliki produk lapis legit dengan paling banyak *topping* atau varian rasa yang memiliki daya tahan tahan 4-5 hari serta tahan 1 bulan di dalam *freezer*. Menghasilkan kualitas produk yang baik perusahaan menggunakan bahan terbaik demi memanjakan lidah konsumen-konsumen affinois. Konsumen dapat merasakan lapis legit dan bolu gulung dengan kualitas baik dan mampu merasakan kepuasan—dari beberapa penelitian ada yang mengatakan Kualitas Produk Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. [9] Sedangkan ada juga yang mengatakan Kualitas Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian. [10] Ini membuat penulis menarik untuk meneliti apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada objek Affinois.

Berdasarkan urain latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Affinois” sebagai judul tugas akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga Berpengaruh Signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Affinois?

2. Apakah Promosi Berpengaruh Signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Affinois?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Affinois?
4. Apakah Harga, Promosi, Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Affinois ?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup yang akan diteliti meliputi beberapa hal yang penting untuk diketahui yaitu menglingkupi :

1. Variabel bebas yakni : Harga (X1) Promosi (X2) Kualitas Produk (X3).
2. Variabel terikat yakni : Keputusan Pembelian
3. Objek Penelitian adalah Affinois yang beroperasi di Medan
4. Tahun pengamatan pada penelitian ini adalah Bulan Januari s/d Juni 2021

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas tersebut untuk mendapatkan informasi sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga yang ditawarkan Affinois terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi yang dilakukan Affinois terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk yang diberikan Affinois terhadap Keputusan Pembelian.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan terhadap harga, promosi, kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritisnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian

ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan memperkaya ilmu serta memahami tentang pemasaran. Dijadikan sarana sebagai upaya pengaplikasian teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan dengan melihat keadaan sebenarnya di lapangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak Affinois sebagai bahan evaluasi.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. [11]

Adapun Perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu yaitu :

- 1) Variabel Independen dimana pada peneliti terdahulu menggunakan 2 (dua) Variabel Independen yaitu Harga dan Promosi sedangkan pada penelitian ini peneliti menambahkan 1 (satu) variabel yaitu Kualitas Produk, Kualitas Produk adalah Karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. [12]
- 2) Pada objek yang diteliti, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan Coca Cola sedangkan peneliti sekarang, menggunakan objek penelitian Affinois.
- 3) Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2018 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.