

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia perdagangan di Indonesia terutama di Kota Medan semakin ketat karena setiap pedagang terus meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapan pelanggan. Ditengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya berbagai macam jenis kue yang ditawarkan pendatang baru, dengan harga murah dan rasa yang enak. Tingkat kepuasan konsumen dapat diartikan dengan kesesuaian antara apa yang dirahasiakan konsumen dari pengalaman yang dikonsumsinya dengan apa yang diharapkannya. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa puas mendapatkan value dari produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem. Jika pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya. Permasalahan harga ditoko bermula ketika konsumen mulai menilai bahwa harga yang ditetapkan oleh toko cukup tinggi jika dibandingkan dengan tempat lain seperti jika dilakukan perbandingan dengan tempat lain seperti jika dilakukan perbandingan pada penjualan produk kue, toko

lain dapat menjual satu kue seharga RP. 2.000, sedangkan toko kue lily melakukan penjualan pada produk tersebut seharga 3.000. Terlebih lagi ketika saat masa pandemi dimana daya beli masyarakat mengalami penurunan tentunya saja konsumen memilih produk semurah mungkin akan tetapi kualitasnya tetap terjaga dengan baik. Walaupun harga kue di toko Lily lebih mahal sedikit tapi kualitas dan rasanya tetap terjamin enak dan bahan – bahan yang digunakan kualitas premium.

Toko kue Lily merupakan sebuah toko kue yang berbasis di Medan dan berlokasi di Jalan Pukat VII. Toko kue Lily melakukan pemasaran dalam penjualan kue basah dimana setiap tahunnya penjualan mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak stabil dari tahun ke tahun dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19. Pada tabel 1.1 dapat dilampirkan data penjualan toko pada table 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1

Data Penjualan Toko Kue Lily periode 2017 s.d. 2021

Tahun	Penjualan	Jumlah Konsumen
2017	65.400.000	50
2018	80.400.000	70
2019	70.000.000	65
2020	79.000.000	50
2021	132.000.000	180

Sumber: Dari Toko Kue Lily, 2022

Tabel 1.1 diatas bahwasanya jumlah penjualan toko selama lima tahun terus mengalami penurunan tidak hanya pada jumlah nominalnya, akan tetapi juga

pada jumlah konsumen yang melakukan pembelian dimana pada tahun 2017 jumlah nominal penjualan mencapai Rp. 65.400.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 50, sedangkan pada tahun 2021 jumlah nominal penjualan mencapai Rp.132.000.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 180. Kenaikan ini terjadi karena konsumen dinilai memiliki ketertarikan lagi pada toko atau bahkan dinilai loyalitasnya telah mengalami peningkatan yang pesat karena konsumen melakukan pembelian ulang. Konsumen juga melakukan pembelian secara rutin setiap harinya karena memerlukan produk tersebut. Untuk saat ini toko dinilai sangat sering mendapatkan konsumen baru dan juga konsumen lama terus menerus mengalami peningkatan. Hal ini tentunya dapat membawa dampak yang baik bagi toko kue Lily.

Promosi secara umum sangat lah berpengaruh dan berperan penting untuk suatu usaha dikarenakan jika tidak ada promosi dalam penjualan akan mengakibatkan usaha tersebut tidak diketahui oleh konsumen. Menurut Mas'ud Machfoedz (2015:02) promosi adalah suatu aktivitas dan/atau materi yang berfungsi sebagai persuasi langsung, yang menawarkan nilai tambah suatu produk penjual atau konsumen. Menurut Huda (2017:44) ada tiga fungsi promosi antara lain adalah mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pelanggan/pembeli, menciptakan dan menumbuhkan ketertarikan pada diri calon pembeli, pengemangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.

Permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kualitas produk dimana Menurut Firmansyah (2019:8), Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa

produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang lebih baik yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Tidak sedikit konsumen yang menilai bahwa produk yang ditawarkan oleh toko masih kurang berkualitas seperti beberapa konsumen memberikan keluhan bahwa kue yang mereka beli tidak sesuai dengan pesanan dikarenakan bahan yang digunakan kualitasnya kurang baik. Tidak sedikit pula kemasan dari produk yang ditawarkan oleh toko mengalami kerusakan atau bahkan tidak sesuai dengan pesanan dikarenakan kualitas bahan yang kurang baik.

Hal tersebut tentunya membuat persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang dijual oleh toko menjadi turun dan mulai mencoba mencari toko lain yang berkualitas tinggi dan harga yang murah membuat daya tarik konsumen berpaling dari toko kue Lily. Meski begitu, bertambahnya pesaing dapat menjadi masalah bagi pemilik usaha yang ada.

Berdasarkan dari permasalahan maka diajukan sebuah penelitian yang berjudul ” **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI DI TOKO KUE LILY**”

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir adanya penurunan Volume Pinjaman disebabkan oleh:

1. Harga yang ditawarkan di Toko Lily lebih murah daripada harga ditoko lain yang membuat konsumen tetap setia membeli kue di toko kue Lily.
2. Kualitas Produk yang diberikan oleh Toko kue Lily sangat baik karena menggunakan bahan premium dengan kualitas dan kuantitas yang baik .

3. Promosi yang digunakan oleh toko kue Lily sangatlah baik karena toko kue Lily juga mempromosikan dari mulut ke mulut sampai melalui media social yang membuat toko kue Lily semakin hari semakin banyak konsumen baru.

1.3 Batasan Masalah

Oleh keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara pengaruh promosi (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3) terhadap keputusan pembeli kue (Y). Objek penelitian ini adalah salah satu Toko kue di Medan yaitu toko kue Lily.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yang sudah disusun secara sistematis yaitu:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli kue di Toko lily?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli kue di Toko lily?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli kue di Toko lily?
4. Apakah pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga secara bersama - sama berpengaruh terhadap keputusan pembeli kue memilih di Toko lily?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembeli kue memilih di Toko Lily.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembeli kue memilih di Toko Lily.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembeli kue memilih di Toko Lily.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembeli kue memilih di Toko Lily.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian pengaruh promosi, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembeli kue di toko lily ini dapat diharapkan memberi kontribusi yang baik. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi kepentingan teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan wawasan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu koperasi khususnya tentang promosi, kualitas produksi, harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembeli kue.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi toko kue Lily di Medan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak masukan, ide dan sumber informasi bagi pihak toko kue Lily dalam meningkatkan promosi, kualitas produk, dan harga agar dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen, yang kemudian konsumen memilih pinjaman di koperasi ini.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan promosi, kualitas produk dan harga agar membentuk loyalitas yang tinggi.

c. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat selama kuliah pada permasalahan dan kondisi lapangan, sehingga mendapatkan suatu pengalaman antara teori dengan kenyataan dilapangan, dan juga untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 jurusan manajemen wirausaha di STIE Eka Prasetya.

d. Bagi Pembaca

Bisa digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan, terutama permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh promosi, kualitas produk dan harga.