

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam bidang usaha kuliner saat ini sangat pesat, membuat para pelaku usaha makanan saling bersaing dalam menarik para konsumen. Para pelaku usaha bidang makanan harus bisa lebih kreatif dan inovatif agar bisa tetap bertahan dalam persaingan yang semakin banyak. Pelaku diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan para konsumen, karena konsumen saat ini sangat cerdas dan teliti dalam memilih produk yang mereka inginkan dan butuhkan, sehingga pelaku usaha harus bisa memahami perkembangan dan kebutuhan yang diinginkan oleh para konsumen. Pelaku usaha harus mampu menonjolkan perbedaan dan keunikan dari produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing agar dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Schiffman dan Kanuk (Sangadji dan Sopiah, 2013:120) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang akan memilih harus mempunyai pilihan alternatif.

Setiap kota biasanya memiliki makanan khas dan salah satunya Ponorogo juga memiliki makanan khas diantara lain nasi pecel , sate ayam dan tidak ketinggalan jenang, dimana jenang dapat mudah ditemui dijual dipasar, toko/ outlat-outlat dan tidak ketinggalan toko oleh-oleh.

Saat ini toko oleh-oleh di Ponorogo sangat banyak, salah satunya toko Jenang Teguh Raharjo yang memproduksi sekaligus menyediakan jenang, toko oleh-oleh lainnya juga menyediakan jenang namun produknya monoton, konsumen akan merasa jenuh dengan produk yang ada dipasaran yang variasi dan rasanya tidak banyak sehingga konsumen memilih untuk melakukan keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo karena variasi produk dan pilihan rasanya sangat banyak.

Faktor variasi produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis adalah variasi produk yang disediakan oleh toko, dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk yang lengkap mulai dari merk, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk akan mempermudah konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sebagai sesuai dengan yang mereka inginkan. Sesuatu yang diinginkan oleh konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan, adanya variasi produk dan alternatif pilihan, harga bersaing, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana belanja yang nyaman semuanya terdapat dalam satu toko.

Faktor kedua cita rasa, menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2012:61), menyatakan cita rasa merupakan kompleks sensasi yang ditimbulkan oleh berbagai indera (penciuman, pengecap, penglihatan peraba, dan pendengaran) pada waktu mengkonsumsi makanan. Jenang Teguh Raharjo memiliki cita rasa yang beragam seperti rasa wortel, nanas, pisang dll, kemasan yang sehat dan menarik. Aneka ragam produk jenang tersebut diolah dengan

bahan berkualitas yang diracik secara khusus sehingga mampu menghasilkan berbagai cita rasa yang lezat yang sesuai dengan lidah para konsumen, sehingga cita rasa baik akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Faktor ketiga kualitas produk, Menurut Tjiptono (2007:95) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Konsumen sangat mempertimbangkan kualitas produk yang akan mereka beli. Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen dan berdampak pada pembelian konsumen yang secara terus menerus. Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Toko Jenang Teguh Raharajo Ponorogo mempunyai kualitas yang baik dilihat dari daya tahannya bisa mencapai 7 sampai 10 hari, dan proses produksinya diolah dengan mesin sehingga menghasilkan produk yang bersih dan higienis.

Faktor keempat Lokasi adalah salah satu determinan yang paling penting dalam melakukan keputusan pembelian, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya di suatu kawasan/daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Disisi lain para konsumen dapat dengan mudah untuk melakukan pembelian karena lokasi

yang strategis dengan kegiatan masyarakat ataupun dengan tempat tinggal. Sehingga pembeli tidak akan jauh-jauh untuk membeli produk yang diinginkan. Lokasi Jenang Teguh Raharjo berada di jalan Wibisono No.90 Ponorogo, lokasi yang berada di pusat kota ini sangat mudah dijangkau oleh konsumen yang akan melakukan keputusan pembelian.

Toko Jenang Teguh Raharjo dipilih untuk menjadi obyek penelitian karena Toko Jenang Teguh Raharjo ini memiliki faktor yang mampu menarik minat beli konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yaitu variasi produk, cita rasa, kualitas produk dan lokasi. Faktor tersebut menjadi pertimbangan sebagian konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan di beli. Selain itu alasan saya memilih penelitian di Toko Jenang Teguh raharjo adalah Variasi produk, dengan adanya variasi produk maka konsumen akan merasa puas dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, karena jika variasi suatu produk itu monoton maka konsumen akan merasa bosan dengan produk tersebut, maka dari itu Toko Jenang Teguh Raharjo memproduksi dan menyediakan banyak variasi produk jenang tujuannya untuk memuaskan konsumen yang akan melakukan keputusan pembelian. Cita rasa biasanya itu mengikuti banyaknya variasi produk.

Hasil wawancara di Toko Jenang Teguh Raharjo ditemukan masalah seperti tidak mempunyai bahan baku sendiri, misalnya bahan baku jenang rasa apel sehingga bahan baku tersebut harus didatangkan dari Malang, ini akan menjadi sebuah kendala jika terjadi keterlambatan pengiriman apel sedangkan stok yang akan diproduksi habis. Masalah selanjutnya Kualitas produk Jenang

Teguh Raharjo tidak bisa bertahan lama dibandingkan dodol garut. Jenang Teguh Raharjo hanya bisa bertahan hingga 7 sampai 10 hari sedangkan Dodol Garut bisa bertahan kurang lebih 3 bulan dan masalah Lokasi Jenang Teguh Raharjo tidak begitu strategis karena tidak berada dipinggir jalan raya sehingga konsumen yang baru akan sulit untuk menemukan lokasi Jenang Teguh Raharjo.

Faktor variasi produk, citarasa, kualitas produk dan lokasi memiliki nilai penting dalam proses penjualan karena keempat faktor ini mewakili produk yang ditawarkan. Variasi produk yang banyak, cita rasa yang disukai konsumen, kualitas produk yang baik dan lokasi yang strategis maka hal-hal ini sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul “PENGARUH VARIASI PRODUK, CITA RASA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO JENANG TEGUH RAHARJO PONOROGO.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh variasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo?

2. Apakah terdapat pengaruh cita rasa secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo?
4. Apakah terdapat pengaruh Lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo?
5. Apakah terdapat pengaruh variasi produk, cita rasa, kualitas produk, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.

5. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk, cita rasa, kualitas produk, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.

1.3.2. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada diantara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang teori pemasaran khususnya perilaku konsumen, serta sarana melatih diri melakukan penelitian dan menerapkan teori yang didapat di bangku perkuliahan.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan pembahasan yang sama.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan pertimbangan serta referensi bagi penulis selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dengan judul atau materi yang sama.

1.4. Pembatasan Masalah

Penelitian ini agar lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasi pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti adalah variasi produk, cita rasa, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo.
2. Produk yang diteliti adalah jenang yang bermerek dan di produksi di Teguh Raharjo.
3. Penelitian ini dilakukan di Toko Jenang Teguh Raharjo yang beralamatkan di jalan wibisono No. 90 Ponorogo dan meneliti para konsumen yang melakukan pembelian jenang di Toko Teguh Raharjo Ponorogo.