

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini bisnis berkembang dengan cepat, khususnya pada bidang kuliner. Bagi pembisnis saat ini mendirikan suatu usaha menjadi trend dan akan menjadikan tantangan untuk para bisnis pemula untuk menciptakan produk baru atau untuk yang sudah lama berkecimpung di dunia bisnis dituntut untuk melakukan inovasi agar produk yang dipasarkan dapat bertahan dalam dunia persaingan suatu usaha. Oleh karenanya baik pemula atau yang sudah lama berkecimpung harus menyiapkan strategi agar dapat menarik minat atau rasa antusias kepada konsumen sehingga akan membuat mereka terkesan setelah membeli sebuah produk. Dalam hal ini bisnis kuliner bakso dan mie ayam bukan merupakan bisnis baru melainkan sudah ada sangat lama, hal ini menjadikan tantangan pemilik usaha bakso dan mie ayam untuk berinovasi dalam produk yang diujakan.

Keputusan pembelian pada konsumen adalah proses dimana seseorang diharuskan untuk membeli atau tidak pada suatu produk yang telah ada. Berdasarkan teori Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian yaitu dasar kepada dua pilihan atau lebih dimana konsumen harus memilih produk tersebut. Kebijakan marketing mix atau disebut juga dengan bauran pemasaran sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian, dimana terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, dan *store atmosfer*.

Kualitas produk dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian. Kondisi fisik, fungsi, dan sifat suatu produk baik barang maupun jasa berdasarkan kegunaan, ketahanan, ketepatan, kemudahan dalam hal pengoperasian, perbaikan, dan juga atribut produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen disebut dengan kualitas produk. Berdasarkan teori Fandy Tjiptono (2010:14) kualitas produk adalah usaha dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen baik barang maupun jasa yang mencakup ketahanan, kegunaan, ketepatan dan kemudahan suatu produk.

Harga dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian. Definisi harga adalah besarnya uang yang di bayar untuk membeli suatu produk yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan teori Kotler dan Amstrong (2010:314) harga adalah satuan uang yang dibebankan kepada konsumen untuk memiliki suatu produk yang diinginkan demi memenuhi kebutuhan.

Store atmosfer dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian, dimana definisi store atmosfer sendiri yaitu suasana baik dalam maupun luar toko yang ditujukan untuk menarik perhatian konsumen agar berminat membeli produk di tempat tersebut. Menurut teori Berman dan Evans (2001:602) adalah pembangunan kesan dan penarikan perhatian pelanggan dari segi tampilan toko berdasarkan karakter yang disuguhkan.

Pada saat ini kuliner di Pacitan sangat banyak dan terdapat dimana-mana, apalagi kota Pacitan sendiri adalah kota wisata dimana terdapat banyak turis baik dalam negeri maupun manca negara. Hal tersebut mendorong masyarakat di Pacitan untuk membuat usaha mandiri atau yang biasa disebut UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang dibuka ditempat wisata ataupun dalam wilayah

kota Pacitan. Dari sekian banyak usaha kuliner di Pacitan jenis usaha bakso dan mie ayam cukup banyak terdapat di Pacitan karena usaha jenis ini sudah tidak asing di masyarakat baik turis dalam negeri maupun luar negeri. Terdapat beberapa warung bakso dan mie ayam di pusat kota Pacitan khususnya warung bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro. Warung milik Mbah Sastro ini beralamatkan di dusun Blumbang, Kelurahan Ploso, Kec. Pacitan, Kab. Pacitan.

Warung bakso milik Mbah Sastro ini bernama Bakso Mie Ayam Mbah Sastro, dimana warung ini sudah sangat lekat di telinga masyarakat kota Pacitan dan juga sangat ramai pembeli. Hal ini tidak terlepas dari penilaian masyarakat tentang warung bakso dan mie ayam Mbah Sastro ini karena dari segi kualitas Mbah Sastro di bantu sang istri dan juga anak perempuannya meracik sendiri bumbu dan membuat bakso atau menggiling daging ayam sendiri, oleh karena itu berawal dari mulut ke mulut masyarakat dapat percaya akan kualitas bakso dan mie ayam Mbah Sastro ini karena banyak warung bakso saat ini menggunakan pengawet dan daging yang digunakan tidak sesuai konsumsi. Dari segi harga, disini Mbah Sastro mematok harga 10 ribu untuk bakso dan 9 ribu untuk mie ayam. Selanjutnya dari segi store atmosfernya atau penampilan warung Mbah Sastro ini sangat bersih, menurut masyarakat sekitar baik dalam maupun luar warung selalu terjaga kebersihannya sekaligus tempatnya yang berada tepat di tepi jalan raya Pacitan-Solo membuat pelanggan banyak yang berkunjung untuk membeli bakso ataupun mie ayam di tempat Mbah Sastro.

Ada beberapa faktor yang menarik minat konsumen untuk berkunjung di warung bakso dan mie ayam Mbah Sastro, selain dari segi kualitas dan suasana warung tersebut Mbah Sastro memiliki strategi khusus dalam usahanya yang

sampai saat ini selalu ramai pengunjung, strategi utama yang di terapkan Mbah Sastro cukup menarik yaitu mematok harga lebih miring dari warung bakso yang ada di kota Pacitan. Sebagai contohnya adalah bakso yang biasanya di jual dengan harga 12 ribu Mbah Sastro menjual dengan harga 10 ribu, dan mie ayam yang biasa di jual harga 10 ribu Mbah Sastro menjual dengan harga 9 ribu. Dengan meraup laba lebih sedikit harapan Mbah Sastro yaitu agar usahanya dapat laris serta tetap mengedepankan kualitas suatu produk.

Berdasarkan hasil uraian diatas, penulis mengangkat judul penelitian ini adalah “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Bakso dan Mie Ayam Mbah Sastro**”.

B. Rumusan Masalah

Bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro yang beralamatkan didusun Blumbang, Ploso, Kec. Pacitan, Kab. Pacitan sangat ramai pembeli, dan dari waktu ke waktu banyak wisatawan dari luar kota mampir ditempat usaha tersebut. Pada penelitian ini permasalahannya adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro ?
3. Apakah *store atmosfer* berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro ?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan di warung milik Mbah Sastro yaitu keputusan pembelian pada kualitas produk, harga, dan store atmosfer ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosfer* terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro.
4. Untuk membuktikan dampak kualitas produk, harga, dan *store atmosfer* terhadap keputusan pembelian bakso dan mie ayam milik Mbah Sastro.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberitahukan terhadap khalayak luas, khususnya bagi para UMKM untuk membuktikan bahwa keputusan pembelian di pengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan *store atmosfer* pada bakso dan mie ayam Mbah Sastro.

2. Bagi Owner/ pemilik perusahaan

Dengan diadakan penelitian ini penulis diharapkan dapat memberikan masukan ataupun saran terhadap pemilik bakso dan mie ayam Mbah Sastro yang bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan bagi perusahaan ini.

