

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis dewasa ini sangat pesat. Semakin hari kekuatan bisnis semakin tidak terbendung. Hal ini tentunya semakin berpengaruh terhadap persaingan bisnis. Dengan semakin banyaknya kompetitor yang masuk dalam persaingan, maka pengusaha semakin gencar dalam mempertahankan kedudukannya di pasar. Hal ini tentunya dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dan juga mempertahankan konsumennya. Semakin banyak kompetitor maka resiko kehilangan konsumen tentunya akan semakin besar. Oleh karena itu, pengusaha semakin giat dalam memperbaiki strategi pemasarannya guna mempertahankan keputusan pembelian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Keputusan atau niat untuk membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Setiadi (2003:17) keputusan pembelian merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) keputusan pembelian merupakan hasil dari suatu proses yang terdiri dari lima tahap : pengenalan kebutuhan , pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:439) harga adalah jumlah dari nilai

yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa. Kotler dan Armstrong (2008: 63) menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur yang lainnya hanya unsur biaya saja. Harga juga salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran dan merupakan salah satu penyebab laku tidaknya sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Artinya, harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. dengan menggunakan bunga mawar sebagai bunga utama.

Selain harga, faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan (Kotler dan Armstrong, 2007:346). Semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

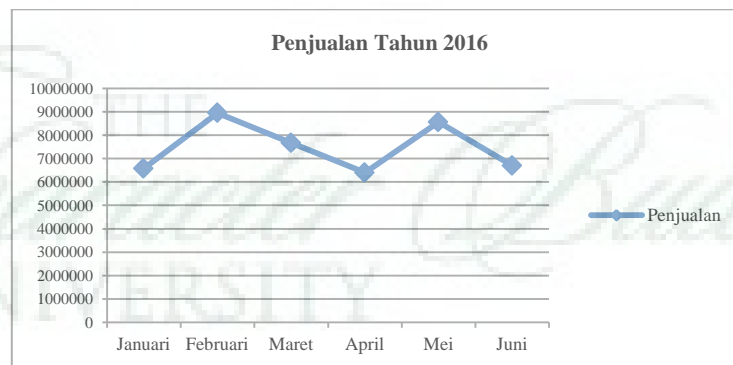
Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah pelayanan. Pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan keinginan pelanggan untuk membeli lagi, membeli lebih, membeli pelayanan yang lainnya, membuat pelanggan tidak sensitif terhadap harga, dan menceritakan kepada orang-orang lainnya mengenai pengalaman yang mereka sukai tentang suatu pelayanan (Venetis et al., 2000: 215). Dari hasil survey pelayanan buket bunga kurang baik hal ini dikarenakan penjual kurang memberikan informasi/saran kepada pembeli untuk tampilan buket bunga. Mardhotillah dan Saino (2013) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di *baseball food court* Universitas

Negeri Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan.

Setiap perusahaan pasti menginginkan tingginya pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Hal ini tentunya akan diimbangi dengan intensifitas yang tinggi dari perusahaan dalam mengembangkan faktor yang mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk perusahaan tersebut. Ditengah derasnya arus persaingan dewasa ini tentunya akan menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan produknya dan berusaha memberikan harga dan pelayanan yang bersaing dengan para pesaingnya.

Mandiri Florist sebuah jenis usaha dalam bidang merangkai beberapa jenis bunga dan dedaunan yang disusun dalam bentuk yang kreatif. Buket bunga di Mandiri Florist Medan memiliki banyak variasi jenis bunga yang digunakan sehingga dapat menarik minat untuk membeli buket bunga, akan tetapi penjualan dari buket bunga di Mandiri Florist Medan mengalami penurunan.

**Gambar 1.1 : Gambar Penjualan Buket Bunga Mandiri Florist**



**Sumber : Penjualan Buket Bunga Mandiri Florist**

Pada gambar 1.1 dapat dilihat penurunan penjualan dimulai dari bulan februari sampai dengan bulan april, penurunan penjualan dari bulan februari ke bulan april sebesar Rp 2.550.000,- dan meningkat lagi pada bulan mei dan turun kembali pada bulan juni.

Dari uraian terdahulu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buket Bunga di Mandiri Florist Medan**”

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi masalah dalam penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk lebih memudahkan penelitian ini dan mencapai hasil penelitian yang akurat, maka penulis membatasi pembahasan penelitian ini hanya terkait pada, Harga, Kualitas Produk, Pelayanan dan Keputusan Pembelian Buket Bunga Mandiri Florist?

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
2. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
4. Apakah terdapat pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian buket bunga di pasar Pringgan Medan.

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?
3. Untuk menganalisis kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?

4. Untuk menganalisis pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian buket bunga Mandiri Florist?

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Peneliti**

Memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta memperluas pola pikir, terutama mengenai harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian.

#### **2. Bagi pihak Lain**

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

#### **3. Bagi Universitas**

Sebagai bahan masukan untuk pihak universitas yang menjadi obyek penelitian dan universitas lain dalam upaya meningkatkan kualitas pembelajaran agar tujuan pembelajaran dapat tercapai.