

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis di era globalisasi ini cukup ketat. Meningkatnya intensitas persaingan mengharuskan setiap perusahaan atau pebisnis mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang akan diimbangi dengan usaha penjual untuk dapat membuat suatu produk yang memiliki nilai unggul dan membuat produk yang berbeda dengan produk perusahaan pesaing. Selain itu, sebuah perusahaan hendaknya mempunyai strategi pemasaran yang optimal. *Marketing mix* merupakan salah satu strategi pemasaran yang baik. Strategi *marketing mix* terdiri dari harga, kualitas produk, lokasi, promosi, dan proses melakonkan peran krusial dalam menggenapi haluan akhir perusahaan. Dengan menggunakan strategi *marketing mix* akan menciptakan rasa kepuasan kepada konsumen saat memilih produk yang hendak dibeli (Alma, 2011:96)

Menurut Rahman (2019) penopang pertumbuhan ekonomi kreatif dan primadona diduduki oleh industri makanan dan minuman, khususnya pada sektor industri pariwisata yang mengembangkan kuliner. Industri kuliner pada tahun 2018 menjadi penyumbang PDB terbesar di urutan lima. Produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 6,34%, capaian tersebut naik 0,23% dari tahun 2017.

Keripik Gamumu Sona merupakan salah satu industri kecil bidang kuliner yang berada di pulau Nias tepatnya di Desa Bawadesolo, Kota Gunungsitoli Idanoi, Sumatra Utara. Keripik Gamumu Sona telah menjadi keripik yang khas untuk Pulau Nias, bahkan tidak sedikit dari wisatawan lokal maupun mancanegara

yang datang ke pulau Nias untuk berwisata dan berlibur menyempatkan diri untuk mencoba keripik gamumu khas Nias ini.

Berdasarkan wawancara penulis kepada pemilik keripik gamumu Sona, keripik gamumu ini terbuat dari ubi talas yang proses pembuatannya membutuhkan waktu satu hari untuk menjadikannya keripik gamumu. Cara pembuatannya adalah memotong tipis talas lalu dikeringkan, kemudian digoreng dan dijadikan keripik gamumu. Dilihat dari proses pembuatan memang terlihat mudah namun membutuhkan teknik dan keahlian khusus untuk membuat keripik terasa lebih renyah dan gurih. Adapun harga yang ditetapkan adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Harga Produk

Jenis	Berat	Harga	Expired
Original	180 gram	15.000	5 bulan
Balado	180 gram	15.000	5 bulan

Sumber : Keripik Gamumu Sona 2023

Harga yang ditawarkan oleh usaha Kerpiki Gamumu Sona sangat terjangkau sehingga kompetitif harga dengan usaha ini sangat minim. Peluang yang dimiliki keripik gamumu Sona cukup besar, namun keripik gamumu tidak menyediakan harga khusus untuk reseller. Sehingga minat beli konsumen berkurang. Selain itu kurangnya varian produk dan hanya memiliki satu ukuran produk membuat konsumen kecewa karena tidak ketersediaan keripik gamumu sesuai dengan harapan konsumen. Keripik gamumu salah satu buah tangan yang akan dibawa jika berkunjung ke pulau Nias. Konsumen mengharapkan ukuran

yang besar agar lebih praktis saat membawa. Namun, harapan tersebut tidak dapat terpenuhi. Lokasi penjualan keripik gamumu yang di jangkauan pelabuhan dan bandara menjadi cukup baik untuk pengunjung yang datang ke pulau Nias, akan tetapi terdapat permasalahan dalam minat beli konsumen karena warga lokal yang ingin keripik gamumu harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk mendapatkannya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, salah satunya adalah harga produk. Harga merupakan suatu nilai dalam bentuk uang (Alma, 2011:196). Harga menjadi penentu saat konsumen mengambil keputusan. Jika konsumen menyetujui harga yang ditawarkan, maka akan meningkatkan loyalitas bagi pelanggan. Harga yang cenderung lebih mahal akan menghilangkan minat beli konsumen. Sebaliknya jika harga produk lebih murah akan menambah minat beli konsumen.

Selain harga, kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Kualitas produk yang baik dapat memikat konsumen. Perusahaan dapat berhasil dilihat dari kemampuan dalam memikat konsumen sebanyak mungkin. Minat kepuasan konsumen akan tercapai jika kualitas produk yang ditawarkan perusahaan bernilai relatif baik terhadap konsumen.

Faktor yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen adalah lokasi pemasaran. Lokasi yang strategis dapat dijangkau oleh konsumen akan lebih memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan. Lokasi yang strategis akan membuat hasil penjualan suatu produk lebih tinggi. Usaha keripik Gamumu Sona memiliki lokasi yang strategis, karena

berada di tepi jalan raya yang mana di lokasi tersebut juga merupakan jalan lintas yang sering dilalui oleh pengendara. Selain pemilihan lokasi yang strategis, lokasi usaha Gamumu Soan juga menyediakan tempat parkir khusus pelanggan yang tentunya dilengkapi dengan penjaga parkir yang menambah nilai keamanan lokasi,,

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Khas Nias Di Kota Gunung Sitoli”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yakni :

- 1.2.1 Harga yang diberikan oleh perusahaan gamumu tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
- 1.2.2 Kualitas keripik gamumu dari perusahaan gamumu kurang sesuai dengan keinginan pelanggan.
- 1.2.3 Kurangnya varian produk dan hanya memiliki satu ukuran produk membuat konsumen kecewa karena tidak ketersediaan keripik gamumu sesuai dengan harapan konsumen.
- 1.2.4 Lokasi penjualan gamumu hanya berada di jangkauan pelabuhan, bandara sehingga warga lokal yang ingin keripik gamumu harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk mendapatkannya.

1.3 Batasan Masalah

Keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Sehingga, dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup penelitian yakni :

- 1.3.1 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.3.3 Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.3.4 Pengaruh harga, kualitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.

1.4 Rumusan Masalah

Berpedoman pada batasan masalah, maka dapat diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut.

- 1.4.1 Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli ?
- 1.4.2 Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli?
- 1.4.3 Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli ?

- 1.4.4 Apakah harga, kualitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut.

- 1.5.1 Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.5.2 Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.5.3 Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.
- 1.5.4 Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian keripik khas Nias (Keripik Gamumu) di Kota Gunungsitoli.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini didambakan menjadi sebuah hasil penelitian yang mampu memberikan sumbangsi kebermanfaatan sebagai sarana meningkatkan ilmu pengetahuan yang dapat menambah wawasan, khususnya tentang pengaruh harga, kualitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini didambakan menjadi sebuah hasil penelitian yang mampu memberikan sumbangsi kebermanfaatan yaitu menambah pengetahuan dan wawasan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian serta penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan saran ataupun masukan kepada perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan saat pengambilan keputusan perusahaan khususnya pada harga, kualitas, dan lokasi.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini dan dapat menambah informasi guna meningkatkan penelitian-penelitian selanjutnya.

d. Bagi UNIMED

Penelitian diharapkan menjadi penambah rujukan dan kepustakaan bagi UNIMED yang dapat menjadi bahan bacaan di Perpustakaan Unimed dan bermanfaat untuk menyalurkan informasi sesuai dengan topik yang dikaji dalam penelitian ini.