

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Masalah

Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat. Ini di karenakan makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus di penuhi, sehingga apa bila makan dan minum masih menjadi kebutuhan pokok maka bisnis kuliner akan terus berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini di sertai makin banyaknya kedai penjualan kuliner atau cemilan baik itu yang mewah maupun yang biasa. Menu yang di tawarkan pun makin berkembang mulai dari rasa, bentuk, ukuran maupun harga.

Kedai penjualan cemilan di pinggir jalan sekarang sudah menjadi *trend* dalam bidang kuliner. Apalagi di kalangan anak muda saat ini, sudah banyak yang mulai berbisnis di bidang kuliner. Kedai kuliner perkembangannya pada zaman saat ini sangat pesat dengan terbukti banyak bermunculan kedai ataupun warung di pinggir jalan maupun di depan pertokoan, yang kebanyakan meyasar pasar anak muda.

Menjamurnya bisnis kuliner di kalangan anak muda, meyebabkan persaingan di bidang kuliner khususnya cemilan makin meningkat, maka dari itu anak muda yang memiliki bisnis kuliner harus terus melakukan inovasi dan pembenahan strategi pemasaran produk, dengan tujuan memenagkan persaingan tersebut.

Dalam konsep pemasaran di nyatakan bahwa produsen tidak hanya membuat barang, tidak pula hanya melancarkan promosi. Tapi produsen memusatkan perhatian pada selera konsumen. Konsumen juga tidak hanya membeli fisik suatu

barang, tetapi mengharapkan sesuatu dari barang itu. Ini adalah yang di sebut *want*, yaitu ada sesuatu yang lain yang di harapkan setelah membeli barang tersebut. Jika hal ini dapat terpuaskan maka kegiatan *marketing* perusahaan akan mencapai sukses Buchori Alma (2007)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai pada konsumen Lupiyoadi (2006). Produk merupakan salah satu aspek penting dalam variabel *marketing mix*. Produk juga merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang di harapkan.

Keragaman produk sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang di tawarkan penjual tertentu pada pembeli. Sistem produk yaitu kelompok barang yang berbeda tetapi berhubungan dan berfungsi dengan cara yang komlektibel. Bauran produk di sebut juga pilihan produk (produk *assortment*) yaitu kumpulan produk dan barang yang di tawarkan untuk di jual oleh penjual tertetu Kotler dan Keller (2015).

Keragaman produk merupakan hal yang paling penting dalam penjualan karna sebagai daya tarik utama pembeli. Produk adalah segala sesusatu yang dapat yang dapat di tawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Produk-produk yang di pasaran meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, *property*, organisasi dan gagasan. Kotler dan Keller (2007).

Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persharatan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga juga dapat di artikan dengan sesuatu

yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk Harjanto (2009). Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan.

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawaran dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat di pertimbangkan sebagai fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lain menghasilkan biaya Kotler dan Keller (2007)

Harga juga bisa sebagai sarana promosi karna bisa menjadi daya tarik bagi konsumen yang membeli produk tersebut. Kotler dan Keller (2009) meyakini bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk.

Penetapan harga merupakan suatu strategi kunci dalam melakukan bisnis kuliner karena dapat mempengaruhi kemampuan bersaing dan kemampuan mempengaruhi konsumen. Keputusan menentukan harga jual sangat penting dalam perusahaan, hal tersebut dapat mempengaruhi laba yang ingin di capai perusahaan dan juga berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan V. Wiratna Sujarweni (2015).

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian konsumen merupakan membeli makanan yang disukai dengan berbagai cara yang ada. Pengambilan keputusan sebagai proses yang sangat penting untuk di pahami pemasar. Mardiansyah dkk (2016)

Konsumen belajar mengenai produk melalui pengalaman atau pengamatan terhadap penggunaan produk konsumen lain yang tahu dan pernah menggunakan produk yang akan di belinnya. Produk di devinisikan sebagai persepsi konsumen yang di jabarkan oleh produsen melalui hasil produksi mutu atau kualitas produk di pengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan Iswayanti (2010).

Machfoeds (2005) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang di anggap paling menguntungkan. Yang di lakukan untuk mencegah atau mengurangi persaingan agar pengembalian investasi berdasarkan pada tujuan yang ingin di capai maka perusahaan mengharapkan penetapan harga dari setiap barang dan jasa.

Usaha kedai di pinggir jalan yang menjual kuliner merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang usaha kuliner yang sangat menjanjikan di mana dulu kedai di pinggir jalan sering di sebut PKL (pedakang kaki lima). Kedai cemilan di pinggir jalan merupakan bisnis yang sedang meroket seolah tak terbanding dikarenakan modal yang di gunakan tidak terlalu besar, dan tempat menjual bisa membuka lapak di rumah di pinggir jalan atau menyewa tempat khusus dengan lokasi yang strategis untuk menjalankannya. Tak hanya di ibukota, di daerah kecil di beberapa provinsi bermunculan kedai atau gerai-gerai tempat penjualan cemilan yang menarik dan bagus salah satunya kedai cemilan kaliyan yang ada di kota poso.

Kedai cemilan kaliyan merupakan salah satu kedai yang ada di kota poso yang menyediakan berbagai macam cemilan yang unik yang sebelumnya belum ada di poso. Dan pemilik usaha ini juga merupakan anak muda yang masih duduk di bangku kuliah. Bukan hanya itu cemilan kaliyan juga banyak di minati anak kecil, remaja, dan orang dewasa karena cemilan ini memiliki rasa yang enak, banyak pilihan, dan harga yang terjangkau.

Persaingan yang ketat serta konsumen yang semakin berkurang untuk memilih cemilan yang ingin dimakan, menuntut pengusaha untuk lebih inovatif dalam menciptakan menu menarik dan pelayanan yang jauh lebih baik agar pengusaha dapat bertahan dan memenangkan persaingan dengan memperhatikan kepuasan konsumen.

Kepuasan merupakan suatu sikap yang di putuskan berdasarkan pengalaman yang di dapatkan Lovelock dan wirtz (2011). Tercitanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan Tjiptono (2008). Dapat di simpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat di lihat setelah konsumen menggunakan jasa tersebut yang di tinjau dari sisi pelanggan mengenai apa yang telah dirasakan dan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah serta penilitan empiris dalam mengkaji penelitian ini, maka penulis tertarik meneliti tentang **Pengaruh**

Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Cemilan Kaliyandi Kota Poso

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah kemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah keragaman produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di kedai cemilan kaliyan di kota poso?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai cemilan kaliyan di kota poso?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kedai cemilan kaliyan di kota poso?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada kedai cemilan kaliyan di kota poso.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada kedai cemilan kaliyan di kota poso.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada kedai cemilan kaliyan di kota poso.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapan mempunyai manfaat yaitu:

1. Bagi Pengusaha, Sebagai bahan referensin bagi perusahaan agar selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena

berpengaruh langsung terhadap kelangsungan usaha. Khusus mengenai keragaman produk, harga dan keputusan pembelian.

2. Bagi Pembaca, Menambah literatur perpustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai keragaman produk, harga dan keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti, Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada prodi fakultas ekonomi Universitas sintuwu Maroso.
4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.



