

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam perekonomian saat ini cukup penting karena menyumbang pemenuhan kebutuhan orang banyak. Usaha Kecil Menengah (UKM) Khususnya Usaha dalam Bidang Jasa sangat penting saat ini. Salah satu Usaha dalam bidang jasa yang sangat diminati yaitu Jasa laundry yang berada di Kabupaten Poso karena pada daerah tersebut merupakan area pemukiman penduduk dan sebagian pendatang mulai dari mahasiswa sampai orang yang sudah berumah tangga menjadi konsumen tetap.

Beberapa bulan ini jumlah Konsumen Laundry Azzahra mengalami penurunan jumlah konsumen di akibatkan makin banyaknya UKM jasa laundry yang ada di Kabupaten Poso saat ini, bisa dilihat dari beberapa wilayah di Kabupaten Poso yang sudah mulai memiliki UKM jasa laundry, dengan melihat makin banyaknya jumlah UKM Jasa laundry yang mulai mempromosikan jasa laundry mereka masing-masing. Hal ini yang membuat Laundry Azzahra mengambil langkah strategis untuk mendorong meningkatkan daya beli konsumen (keputusan pembelian). Maka peneliti akan mengidentifikasi berdasarkan masalah dengan variabel getok tular dan harga pada penelitian ini.

Schiffman dkk dalam (Bramantya & Jatra, 2016) Mengemukakan suatu keputusan dalam melakukan pembelian merupakan usaha untuk memperoleh kebutuhan.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dalam memilih merek atau produk yang diminati oleh karena itu penting bagi pemasar untuk mengidentifikasi perilaku konsumen. (Mardiansyah et al., 2016) Konsumen belajar mengenai produk melalui pengalaman atau pengamatan terhadap penggunaan produk konsumen lainnya dan mencari informasi dengan bertanya kepada konsumen lain yang tahu dan pernah menggunakan produk yang akan dibelinya. Dari penjelasan diatas ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti getok tular (Tatik Suryani, 2013).

Getok tular dapat meningkatkan kepercayaan karena berupa penyampaian informasi atas pengalaman yang telah dirasakan. Informasi yang disampaikan diperoleh dari seorang teman atau kerabat melalui komunikasi dalam bentuk promosi. Getok tular atau saluran komunikasi merupakan penyebar informasi tentang sebuah produk atau merek yang dilakukan oleh pelanggan ke pelanggan lain, yang disebabkan oleh pengalamannya dalam mengkonsumsi sebuah produk atau merek dan memperoleh kepuasan, (Oktavianto, 2013).

Hasil penelitian (Oktavianto, 2013), Menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan etok tular berpengaruh signifikan. Faktor informasi dalam bentuk getok tular sangat penting menilai kualitas produk, persepsi harga serta kesesuaian produk sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli.

Seorang penjual dalam membedakan produknya dengan para pesaing dapat ditentukan dari faktor harga. Harga menjadi pertimbangan dari fungsi diferensiasi

suatu produk sehingga harga sifatnya relatif bila dalam proses pembelian harga memiliki nilai bagi barang dan jasa (Zulaicha & Irawati, 2016).

(Mandey, 2013) Menyatakan bahwa harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan porsi nilai suatu produk. Harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran. Karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan.

(Nuryanti, S 2017) Menyatakan bahwa keputusan pembelian didasarkan harga berpengaruh positif dan signifikan, mempengaruhi pembeli untuk mengidentifikasi manfaat dari suatu produk sehingga dapat memutuskan pembeli. Fungsi harga dapat membantu pembeli untuk menentukan dana, kualitas serta manfaat dari suatu produk sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian diatas, maka judul penelitian ini adalah Pengaruh Getok Tular dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry Azzahra. Mengenai latar belakang peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Getok Tular dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry Azzahra.
2. Apakah Getok Tular berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Laundry Azzahra.

3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry Azzahra.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Getok Tular dan Harga secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Laundry Azzahra.
2. Untuk mengetahui pengaruh Getok Tular terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry Azzahra.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Laundry Azzahra.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu :

1. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat memberikan manfaat atau nilai bagi jasa Laundry Azzhara dalam mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan getok tular dan harga untuk meningkatkan pengembangan usaha.
2. Bagi Unsimar, menambah literatur perpustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai getok tular, harga , dan Keputusan Pembelian.
3. Bagi peneliti, untuk memenuhi tugas dan syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.
4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk peneltian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.