

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, Dalam pengertian UMKM yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM 1 Pasal 1 disebutkan memang benar bahwa usaha mikro adalah kegiatan produktif yang dilakukan oleh orang asing atau cabang usaha asing yang memiliki standar yang sama dengan usaha mikro tercantum dalam UU di atas. UMKM merupakan kegiatan usaha dari suatu usaha yang memajukan kesejahteraan masyarakat umum dan meningkatkan taraf hidupnya serta mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam melaksanakan stabilitasi nasional serta mampu memberikan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengatasi masalah kemiskinan, (Halim, 2020).

UMKM didesa Sulewana memiliki perkembangan bisnis yang saat ini semakin banyak yang dapat menimbulkan persaingan antara UMKM yang satu terhadap UMKM yang lainnya. Akibat persaingan yang terjadi, situasi ini menuntut pemilik usaha untuk memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya agar dapat bersaing secara sehat. Sehingga Toko Yanti harus terus mengutamakan keputusan pembelian dengan melakukan berbagai inovasi-inovasi baru. Toko Yanti memiliki salah satu faktor hal yang sangat penting yang harus diingat agar usaha tersebut maju dan berkembang dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan mampu menarik minat banyak konsumen untuk membeli

barang dengan harga terjangkau yang terkadang naik dan juga turun diakibatkan oleh munculnya pesaing UMKM yang baru sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan membandingkan harga dari masing-masing UMKM.

Dengan harga produk yang dijual sebagai berikut : beras Rp. 10.000/kg, indomie instan Rp. 3.000, minyak goreng (bimoli) Rp. 15.000, gula pasir Rp. 15.000, susu kaleng (cap enak) Rp. 10.000, ikan kaleng (ABC) Rp. 7.000, the instan (sariwangi) Rp. 7.000, pasta gigi (pepsodent) Rp. 10.000, sabun mandi Rp. 3.000, kopi (ABC Moca) Rp. 1.500, shampoo Rp. 500, telur ayam Rp. 2.000/biji. Toko Yanti juga perlu memanfaatkan waktu atau kesempatan yang ada karena semakin banyak pesaing yang akan berkembang. Penting bagi bisnis untuk fokus pada pelanggan mereka sebanyak produk yang mereka jual. Toko Yanti juga harus memiliki strategi yang digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, serta memberikan harga yang terjangkau untuk mendorong konsumen bisa memberikan keputusan untuk membeli produk yang ada.

Keputusan pembelian adalah tanggung jawab konsumen untuk mengungkapkan syarat-syarat transaksi ketika mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperoleh barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Ketika konsumen membeli suatu produk, keberatan pembeli merupakan langkah dalam proses pembelian. Pengambilan keputusan merupakan metode yang paling umum, dimana seseorang mendengarkan dengan seksama dan menggunakan objek yang ditawarkan. Seperti disebutkan di atas, beberapa faktor,

seperti harga dan kualitas produk, mempengaruhi keputusan pembelian (Darmansah & Yosepha, 2020).

Kualitas pelayanan dan harga salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk dapat mengambil keputusan pembelian konsumen. Selain itu, harga relatif naik terhadap persepsi pembelian terhadap produk. Jika suatu produk dijual sesuai dengan kemampuan beli masyarakat, maka tidak diragukan lagi bahwa produk yang ada akan lebih cepat terjual. Seperti halnya dengan harga adalah sesuatu yang semua orang bisa setuju, yang tidak kalah pentingnya kualitas pelayanan yang bertindak sebagai agen pembeli saat melakukan bisnis. Kualitas layanan ditentukan oleh tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Syahputra & Wibowo, 2019). Sehingga variabel kualitas pelayanan dan harga merupakan salah faktor konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena keputusan pembelian akan menguntungkan pelaku bisnis, yaitu mereka yang fokus pada bidang keahlian bisnis perdagangan besar/kecil. Menggunakan ketekunan dan memberi keputusan bagi konsumen, ini berarti mereka cenderung untuk membeli barang dan jasa yang telah mereka konsumsi..

Kualitas pelayanan ditentukan oleh serangkaian karakteristik lengkap yang berlaku untuk setiap barang atau jasa yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, baik kebutuhan tersebut dinyatakan atau tidak dinyatakan (Onainor, 2019).

Keputusan pembelian didasarkan pada situasi tertentu di mana seseorang hanya memiliki satu atau beberapa alternatif yang tersedia untuk keluhan yang mereka nyatakan. Indikator yang akan diukur dari keputusan pembelian di antaranya yaitu melakukan pembelian ulang, kebiasaan dalam membeli produk, dan memperhatikan kemantapan pada suatu produk., (Kevin Marcelino, 2020).

Seorang penjual pada saat membedakan produknya dengan para pesaing dapat ditentukan oleh faktor harga. Harga menjadi suatu pertimbangan dari fungsi diferensiasi suatu produk sehingga harga sifatnya relative bila dalam proses pembelian harga memiliki nilai bagi barang dan jasa (Sujarweni, 2018).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa dimana beberapa produk, layanan ditukar konsumen atas penggunaan barang atau jasa tersebut dengan keuntungan mereka (Korowa et al., 2018). Harga juga memiliki peran penting dalam bauran pemasaran. Karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan itu sendiri..

Keputusan Pembelian merupakan produk dari Perilaku Konsumen, yaitu penelitian tentang bagaimana individu dan kelompok orang, serta organisasi, bekerja, menggunakan, dan memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan inspirasi bagi diri mereka sendiri. Konsumen didefinisikan sebagai orang yang membeli hanya satu produk dari dua atau lebih pilihan alternatif (Kusuma et al., 2015).

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penelitian diatas, maka judul penelitian yaitu **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Yanti.
- 1.2.2. Apakah kualitas pelayanan terkait berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Yanti.
- 1.2.3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Yanti.

1.3. Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Yanti.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Yanti.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Yanti.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu :

1. Diharapkan dapat memberikan manfaat pada Toko Yanti dalam mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan kualitas pelayanan dan harga untuk meningkatkan pengembangan pada usaha.
2. Menambah literatur perpustakaan di bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan, harga , dan Keputusan Pembelian.
3. Sebagai satu-satunya kebutuhan utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Sintuwu

Maroso. Dan kedepannya, sebagai sarana dukungan dan semangat bagi peneliti selanjutnya yang menangani masalah yang sama.

