

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bukan rahasia lagi dan sudah menjadi pendapat umum di kalangan pengusaha yang sukses untuk selalu mengikuti motto Pembeli adalah raja (*Customer is King*) (Mursid,M, 2006;25). Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang – orang yang di organisasikan untuk melakukan tawar – menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga.

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk juga menjadikan ukuran keputusan pembelian konsumen dalam hal memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk tersebut.

Setiap produk yang di keluarkan oleh suatu perusahaan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Produk yang secara tepat diminati oleh konsumen, baik kualitas maupun kuantitasnya. Sedangkan konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau yang diinginkan, memutuskan tempat pembelian, bagaimana caranya dan lain sebagainya.

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, Lewis and Booms dalam Tjiptono (2008 ; 85).

Harga yaitu seberapa besar harga sebagai pengorbanan konsumen dalam memperoleh manfaat produk yang diinginkan. Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap barang kebutuhan. Harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk produk yang dibutuhkan. Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik.

Pemberdayaan ekonomi rakyat menjadi program prioritas Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Gresik tahun 2016. UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan sektor paling utama dalam target program tersebut. Di Kabupaten Gresik, tercatat sekitar 186.000 UKM dari semua sektor. Mulai kelas kecil, menengah, hingga pelaku UKM yang berskala besar.

Tabel 1.1
Rekap Jumlah UKM Kabupaten Gresik Tahun 2011-2015

Pengusaha	2011	2012	2013	2014	2015
Mikro	162.319	163.959	165.616	167.273	168.946
Kecil	17.344	17.570	17.748	17.926	18.106
Menengah	1.422	1.477	1.452	1.467	1.482
Total	181.085	183.006	184.816	186.666	188.534

Sumber : Diskoperindag Kab. Gresik

Dari sekian banyak UKM di kota Gresik, salah satu yang bertahan dalam era ini adalah UKM sentra pudak. Pudak adalah makanan khas kota Gresik yang di ajarkan secara turun temurun ini sampai saat ini tetap eksis menghiasi dunia UKM kota Gresik, ditambah dengan modernisasi tanpa menghilangkan ke khas'annya pada setiap perkembangannya membuat bisnis ini tetap jadi yang terdepan bagi para wisatawan maupun warga lokal yang berkunjung ke kota Gresik. Pudak adalah makanan atau kue khas Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar pudak tersebut serta didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada membuat produsen pembuat pudak ini semakin populer. Hal ini berakibat tidak menutup kemungkinan dalam industri makanan ini terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat bagi para pemasar maupun para produsen produk tersebut.

Tabel 1.2
Produsen UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik

N0	Nama Toko	Alamat
1.	Bu Muzanah	Jl. Sindujoyo XI/ 29 Gresik Jl. Sindujoyo 68 Gresik
2.	Sari Kelapa	Jl. Sindujoyo 113, Karangpoh, Gresik
3	Kelapa Muda	Jl. Sindujoyo 130 Gresik
4	Toko Unyil	Jl. Sindujoyo XI/ 46 Gresik
5	Puduk Sindujoyo	Jl. Sindujoyo 111 Gresik
6	Toko Niki Enak	Jl. Sindujoyo 117 Gresik
7	Roso Utomo	Jl. Sindujoyo 84 Gresik
8	Puduk Padi unggul	Jl. Sindujoyo 15/1 Gresik

Sumber : Diskoperindag Kab. Gresik

Produsen-produsen tersebut menarik minat pembeli terutama wisatawan yang berkunjung di kota Gresik di pusat oleh-oleh khas kota Gresik, agar para pembeli yang sudah masuk ke dalam satu toko bisa mendapatkan variasi makanan/jajanan yang ingin dibeli tanpa harus berpindah ke toko lain. Hal ini dilakukan pula oleh beberapa produsen puduk, yang mana awalnya telah dilakukan oleh toko puduk Bu Muzanah dan sampai saat ini semakin banyak toko yang melengkapi produknya sesuai keinginan para konsumen di jalan Sindujoyo guna memudahkan pembeli agar tidak susah untuk mencari makanan/jajanan yang diinginkan bila di satu toko makanan/jajanan yang akan dibeli belum *ready stock*/habis. Persaingan yang semakin terbuka ini sedikit banyak berdampak pula

pada pangsa pasar toko pudak yang berada dalam binaan Diskoperindag Kab. Gresik.

Dari data tabel diatas dan pengamatan peneliti terdapat dua toko pudak yang merupakan contoh UKM pudak yang sedang berkembang di Gresik yaitu toko pudak Bu Muzanah dan toko pudak Sari Kelapa Group. Keduanya juga unggul dalam hal memproduksi dan fasilitas yang disediakan dibandingkan dengan toko pudak lainnya. Tidak heran bahwa kedua produsen UKM pudak tersebut selalu ramai oleh konsumen baik warga lokal maupun wisatawan luar kota. Dikarenakan tempat usaha yang menarik minat beli konsumen dan faktor nama usaha yang ternama di Kota Gresik.

Menurut Angga, salah satu pengelola UKM Sari Kelapa Group. Dahulu perkembangan usaha ini masih berjalan di tempat yaitu belum ramai seperti saat ini di karenakan banyak toko-toko dan tokonya yang masih hanya berjualan satu jenis makanan/jajanan sehingga resiko terjadinya kehabisan stok atau konsumen merasa bosan dengan makanan/jajanan yang disajikan. Seiring berjalanya waktu produsen terus berusaha memvariasi produk mereka serta menambah jenis-jenis makanan khas Gresik yang ada sehingga menarik animo para pembeli yang datang. Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156).

Menurut Rosyid pengelola UKM Bu Muzanah, Banyak faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih sebuah produk seperti halnya yang

dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Menurut Assauri (2002:48) mutu atau kualitas produk dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa mutu barang dapat memenuhi tujuannya, yaitu untuk meningkatkan volume penjualan.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian “ (Studi pada Sentra UKM Puduk Sari Kelapa Group Dan Bu Muzanah Binaan Diskoperindag Gresik)

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai perbandingan ilmu dan teori yang diterima selama masa perkuliahan dengan praktek dilapangan serta untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memenuhi dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana (S1) di Universitas Muhammadiyah Gresik

2. Bagi Sentra UKM Puduk Binaan Diskoperindag Gresik

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Bagi Mahasiswa atau Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.