

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman, “terjadi peningkatan daya saing bisnis saat ini dituntut seluruh owner bisnis agar selalu menaikkan mutu bisnisnya pada arah sesuai harapan pembeli serta tidak mengakibatkan ruginya bisnis sebab tidak adanya pembeli” (Latief, 2018). “misalnya yakni “barang, harga, letak serta iklan” (Latief, 2018) “atas bisnis yang digerakkannya. Makin selaras hal itu menurut pandangan pembeli seluruh yang dijual oleh pengusaha itu. Tiap bisnis diharuskan agar menjadikan pembeli sebagai bahan pertimbangan sebagai aspek penting pada transaksi, sebab melalui pemberian perhatian pada keperluan serta harapan pembeli, tiap bisnis bisa menjadi pemenang dalam saingan serta target yang terpusat pada rasa puas pembeli yang bisa memunculkan keinginan pembeli pada yang lainnya” (Latief, 2018) “dijual oleh pengusaha yang hendak menggapai target” (Sari, 2014).

“Berdasarkan data penjualan pizza doremi Mayang Cabang Jember pada setahun belakangan memperlihatkan sudah timbul peningkatan serta pengurangan untuk penjualan. Timbulnya pengurangan untuk perdagangan di pizza doremi Mayang Cabang Jember ialah fakta yang mesti dirampungkan serta dicari sebabnya. Sejumlah aspek yang menyebabkan timbulnya persoalan itu satu diantaranya yakni menyediakan barang yang belum komplit juga diskon harga yang langka dilaksanakan, olehnya derajat belanja pembeli bisa makin berkurang” (Anwar, 2015).

“sejumlah hal yang menyebabkan timbulnya hal itu, satu diantaranya ialah

ketersediaan barang yang tidak komplit juga diskon harga yang langka dikerjakan, olehnya daya belanja pembeli bisa main menurun” (Anwar, 2015).

“Merujuk uraian persoalan diatas, kami berminat guna melaksanakan riset serta mengkaji teori yang semakin dalam terkait tingkat harga serta mutu barang dalam memberi dampak keputusan pelanggan” (Anwar, 2015) Pizza doremi Mayang Cabang Jember agar selanjutnya digunakan menjadi riset dengan judul:

**“Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza doremi Mayang Cabang Jember “.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

“Berdasar uraian permasalahan diatas, diajukan rumusan masalah yaitu” (Sari, 2014):

- a. “Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian” (Anwar, 2015) Pizza doremi Mayang Cabang Jember?
- b. Adakah pengaruh penetapan “harga terhadap keputusan pembelian pada Pizza” (Sari, 2014) doremi Mayang Cabang Jember?
- c. “Adakah pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan” (Sari, 2014) dalam pembelian” Pizza doremi Mayang Cabang Jember?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dari riset ini ialah:

- a. “Guna mengungkap pengaruh” kualitas produk “terhadap keputusan pembelian” (Salim, 2019) Pizza doremi Mayang Cabang Jember?
- b. Guna mengungkap pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian” (Setiabudi, 2017) Pizza doremi Mayang Cabang Jember?
- c. “Guna mengungkap pengaruh kualitas produk dan promosi” (Gunardi F. , 2018) terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian Pizza doremi Mayang Cabang Jember?

#### **1.4 Hipotesis**

- a. “Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian” (Skpm, 2021) Pizza doremi Mayang Cabang Jember dari sampel pelanggan Pizza doremi Mayang Cabang Jember.
- b. Ada pengaruh penetapan “harga terhadap keputusan pembelian” (Skpm, 2021) pada Pizza doremi Mayang Cabang Jember dari sampel pelanggan Pizza doremi Mayang Cabang Jember.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

“Sejumlah madaat yang diinginkan dari riset ini yaitu: Temuan riset ini kedepannya bisa memberi manfaat untuk pihak yang memiliki kepentingan” (Sari, 2014). Secara umum riset ini bermanfaat untuk:

- a. Bagi Penulis

“Manfaat riset ini bagi penulis yakni supaya bisa menerapkan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh ketika menjadi mahasiswa di” (Kusnandi, 2017) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

b. Bagi Perusahaan

“Temuan riset ini bisa mendapatkan informasi yang berguna menjadi bahan kajian pada efektifitas serta efisiensi dalam melaksanakan strategi pemasaran yang efektif” (Sari, 2014).

c. Bagi pihak lain

“Temuan riset ini nantinya bisa memberi ilmu pengetahuan untuk penulis utamanya pada sektor pemasaran terkait aspek produk serta promosi pada keputusan pembelian” (Kusnandi, 2017).