

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat, dan para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik pelanggan. Pengusaha harus lebih kreatif dan inovatif untuk bertahan dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Perusahaan diharapkan mampu memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Karena konsumen saat ini membuat pilihan kritis dan cerdas tentang bagaimana mendapatkan produk yang mereka butuhkan dan manfaat yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, bisnis perlu memahami desain dan kebutuhan konsumen mereka dan dapat terus meningkatkan ide dan kekuatan mereka. Hal ini juga mendorong konsumen untuk membeli dengan menonjolkan perbedaan atau keunikan suatu produk dibandingkan dengan produk pesaing.

Salah satu yang paling menjanjikan adalah toko makanan donat. Donat adalah salah satu dari makanan yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Saat ini, Sidoarjo sudah mengoperasikan berbagai toko donat di berbagai daerah padat penduduk, antara lain Donat Azkhi, Dunkin' Donuts, J.Co Donuts and Coffee dan penjual donat kaki lima. Akibatnya, pelaku ekonomi harus bersaing memperebutkan konsumen untuk membeli barang. Selain bersaing memperebutkan konsumen, pengusaha harus berinovasi atau berubah untuk mengungguli pesaingnya. Konsumen saat ini memilih dengan bijak produk mana yang berkualitas tinggi dan sehat.

Faktor produk dan harga merupakan dua faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor produk merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat mengambil keputusan. Produk yang dijual harus berkualitas tinggi, tampilan yang unik dan tampilan yang menarik untuk memotivasi konsumen untuk membeli. Kualitas produk yang unggul memotivasi Anda untuk melanjutkan bisnis dan bersaing dengan kompetitor lainnya.

Selain faktor produk, harga juga menjadi faktor penting. Bagaimana bisnis menentukan harga produk mereka memiliki dampak besar pada keputusan konsumen. Menurut (Swastha, 2014), harga merupakan faktor kedua yang dapat dikendalikan yang dapat diatasi oleh departemen penjualan atau pemasaran. Salah satu strategi yang dapat digunakan pengusaha untuk menawarkan harga kepada konsumen adalah dengan menawarkan harga yang lebih rendah dari pesaing mereka. Produk yang terjangkau dan berkualitas memiliki banyak penggemar. Sebaliknya jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk, konsumen akan berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian.

Pelayanan merupakan suatu bentuk evaluasi pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dan secara alami diharapkan dapat memuaskan. (Desikasari., 2018) “Menurut Mahmoedin (2010), kualitas layanan adalah interaksi antara konsumen dan karyawan, atau “apa yang diberikan bisnis kepada konsumen dalam proses penyediaan layanan pemecahan masalah”. Ini adalah operasi yang tidak disebut. Citra berkualitas baik tidak terlihat dari sudut pandang bisnis dan didasarkan pada persepsi pelanggan (Suwarsito & Aliya, 2020).

Lokasi adalah letak toko atau pengecer di kawasan yang strategis untuk memaksimalkan keuntungan Ghanimata (2012: 3). Memilih lokasi perusahaan

yang tepat menentukan kesuksesan masa depan perusahaan Anda. Lokasinya yang strategis memberikan kemudahan akses dan keamanan bagi konsumen. Oleh karena itu, terdapat hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Salah satu sektor bisnis kuliner yang paling diminati adalah Donat Azkhi. Variasi donat yang kenal merupakan donat cokelat, vanilla, kacang tanah, oreo, keju, dan berbagai jenis lainnya digoreng hingga membentuk bentuk unik dengan lubang di tengahnya, seperti cincin atau bola. Melalui kreativitas produknya mampu menarik hati konsumen. Donut Azkhi memproduksi donat kentang setiap hari yaitu 1.000 biji sehari. Setiap kotak berisi 1, 4, 6 dan 12 buah donat kentang. Donat Kentang Azkhi dijual seharga Rp. 2000 per buah. Namun, Donat Kentang yang diproduksi oleh beberapa industri besar harganya mencapai Rp. 4000 per buah.

Donat Azkhir adalah salah satu toko yang ada di Sidoarjo. Donat Azkhi didirikan pada tahun 2017 di Jalan Kepuh Kiriman di Gang Teratai No. 38A Sidoarjo. Donat Azkhi tidak memiliki cabang dimanapun, meskipun Donat Azkhi berkemasan sederhana dan tanpa merek banyak diminati dengan isinya yang bervariasi beserta "*topping*" menarik, Donat Azkhi sangat digemari oleh konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?

3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen donat azkhi?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi Perusahaan sebagai sumber informasi bisnis Donut Azkhi dalam memahami peran, layanan, dan tempat dalam keputusan konsumen untuk membeli Donat Azkhi Sidoarjo. Serta mampu membantu usaha mengadopsi kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan mereka.
2. Bagi Peneliti sebagai bahan pembelajaran bagi penulis melalui penelitian mereka, praktik apa yang digunakan dalam bidang tersebut serta yang mampu digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan diri dalam pengembangan bisnis yang baik di masa depan.

3. Bagi Pihak Lain sebagai sumber informasi dalam memperluas pengetahuan serta mampu dijadikan sebagai referensi tambahan penelitian ilmiah berikutnya.