

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia mengalami persaingan sangat ketat, tidak terkecuali seperti kota besar di Indonesia yaitu kota Palembang. Para pembisnis terus bersaing menciptakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dimana mereka tidak hanya melakukan penawaran macam produk yang di pasarkan melainkan para pembisnis juga harus bersaing dalam bentuk kualitas produk, varian harga, lokasi usaha serta cara bagaimana para konsumen diberi kemudahan dalam bertransaksi.

Ketatnya persaingan bisnis di kota Palembang ini terkhusus di bidang kuliner, membuat para pelaku bisnis mempunyai tujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan laba semaksimal mungkin. Para pelaku bisnis juga dituntut untuk cermat dalam membaca peluang dan strategi pemasaran sehingga bisnis tersebut dapat bertahan lama. Setiap perusahaan mempunyai caranya sendiri agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu caranya dengan melakukan 4 kegiatan pemasaran atau biasa disebut *Marketing Mix* yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*).

Kegiatan pemasaran tersebut dilakukan agar terjadinya proses Keputusan Pembelian. Suatu perusahaan harus menjalankan fungsi manajemen agar dapat berjalan sesuai dengan tujuannya. Fungsi manajemen yang harus dijalankan oleh perusahaan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengawasan serta pelaksanaan bauran pemasaran untuk Keputusan Pembelian. *Produk* merupakan sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha mencapai tujuan dari perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. *Price* merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam menentukan produk atau jasa yang akan digunakannya. *Promotion* sering digunakan sebagai salah satu cara untuk memberitahu dan membujuk konsumen serta guna meningkatkan penjualan barang dan jasa

yang ditawarkan, dan *place* dalam strategi pemasaran digunakan untuk pemilihan lokasi strategis yang dapat menjadi faktor dalam mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka ke empat unsur bauran pemasaran tersebut harus saling mendukung satu sama lain, yaitu yang berkaitan dengan kelengkapan dari sebuah produk, variasi harga tiap produk, serta penetapan lokasi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berbisnis merupakan hal yang sangat menjanjikan dan sangat mudah dalam mendapatkan keuntungan. Karena berbisnis merupakan cara untuk menghasilkan uang dengan cara yang lebih efektif dan efisien serta dapat menjalankannya dengan aturannya sendiri atau fleksibel. Bisnis yang saat ini semakin berkembang pesat ialah bisnis di bidang kuliner. Kebutuhan makanan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap manusia yang harus dipenuhi guna kelangsungan hidup. Begitu banyak perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Banyaknya variasi jenis makanan yang ditawarkan para pelaku bisnis kepada *customer* sehingga *customer* mengalami kebingungan dalam menentukan pilihan akan produk makanan tersebut. Kebutuhan konsumen akan makanan juga berbeda-beda, sehingga membuat para konsumen membeli makanan yang sesuai dengan kebutuhan. Perkembangan dunia kuliner ini juga menjadi peluang usaha bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha di bidang kuliner tersebut. Salah satunya ialah Mr Koki Fried Chicken Palembang merupakan usaha yang bergerak pada usaha makanan cepat saji atau fried chicken yang berdiri sejak tahun 2016.

Selain Mr Koki Fried Chicken, ada dua usaha sejenis yang menjual produk serupa di Rumah Susun yaitu Hisana Fried Chicken terletak di Jalan Radial Rusun Blok 50, Bukit Kecil Palembang dan Love Chicken terletak di Jalan Radial Rusun Blok 49, Bukit Kecil Palembang. Tabel 1.1 dibawah ini menjelaskan perbedaan dan persamaan dari produk-produk tersebut.

**Tabel 1.1 Daftar Harga Fried Chicken di Rumah Susun**

No	Nama Usaha / Produk	Paket Ayam	Ayam Geprek	Burger Ayam
1	Mr Koki Fried Chicken (Blok 51)	Rp 16.000	Rp 20.000	Rp 14.000
2	Hisana Fried Chicken (Blok 50)	Rp 16.000	Rp 20.000	Rp 12.000
3	Love Chicken (Blok 49)	Rp 10.000	Rp 15.000	Rp 10.000

*Sumber:* data primer diolah, 2020

Tabel 1.1 diatas menunjukkan harga dari produk Fried Chicken di Rumah Susun. Berdasarkan Pra-penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa konsumen pada tanggal 8 April 2020, yang menunjukkan bahwa Paket Ayam Love Chicken dengan harga Rp 10.000 lebih unggul dibandingkan dengan Paket Ayam dari Mr Koki Fried Chicken dan Hisana Fried Chicken yang memiliki harga sama yaitu Rp 16.000. Untuk Paket Ayam Geprek, Paket Ayam dari Love Chicken dengan harga Rp 15.000 juga yang lebih unggul dari Paket Ayam Geprek Mr Koki Fried Chicken dan Hisana Fried Chicken yang memiliki harga sama yaitu Rp 20.000. Paket Burger Ayam yang memiliki cita rasa yang enak adalah Paket Burger Ayam dari Hisana Fried Chicken dengan harga Rp 12.000 dibandingkan Paket Burger Ayam dari Mr Koki Fried Chicken dengan harga Rp 14.000 dan Love Chicken dengan harga Rp 10.000. Menurut konsumen dalam pra-penelitian, ketiga usaha yang menjual fried chicken ini memiliki lokasi yang strategis dan dapat melewati jalan dari berbagai arah seperti Jl. Radial (Transmart), Jl. Pangeran Sw. Subekti (Kedaung), Jl. Letkol Iskandar (Palembang Indah Mall), Jl. Mujahidin (Pasar 26 Ilir) dan Jl. Tua Pati Naya Raya. Namun tempat dari Mr Koki Fried Chicken lebih bagus dibandingkan tempat dari usaha fried chicken lainnya di Rumah Susun.

Berikut ini adalah omset penjualan Mr Koki Fried Chicken selama tiga tahun terakhir di Mr Koki Fried Chicken Palembang:

**Tabel 1.2 Omset Penjualan Mr Koki Fried Chicken  
Tahun 2017-2019 (dalam rupiah)**

<b>Bulan</b>	<b>2017</b>			<b>2018</b>			<b>2019</b>		
	Jmlh Pelanggan	Pendapatan (pcs)	Pendapatan (rupiah)	Jmlh Pelanggan	Pendapatan (pcs)	Pendapatan (rupiah)	Jmlh Pelanggan	Pendapatan (pcs)	Pendapatan (rupiah)
Januari	4.359	4.416	Rp 70.656.000	5.378	5.435	Rp 86.960.000	5.865	5.922	Rp 94.752.000
Februari	4.386	4.444	Rp 71.104.000	5.415	5.473	Rp 87.568.000	5.893	5.951	Rp 95.216.000
Maret	4.403	4.466	Rp 71.456.000	5.431	5.494	Rp 87.904.000	5.942	6.005	Rp 96.080.000
April	4.433	4.496	Rp 71.936.000	5.463	5.526	Rp 88.416.000	5.986	6.049	Rp 96.784.000
Mei	4.465	4.528	Rp 72.448.000	5.497	5.560	Rp 88.960.000	6.028	6.091	Rp 97.456.000
Juni	4.489	4.552	Rp 72.832.000	5.519	5.582	Rp 89.312.000	6.074	6.137	Rp 98.192.000
Juli	4.514	4.577	Rp 73.232.000	5.546	5.609	Rp 89.744.000	6.115	6.178	Rp 98.848.000
Agustus	4.559	4.632	Rp 74.112.000	5.588	5.661	Rp 90.576.000	6.177	6.250	Rp 100.000.000
September	4.577	4.650	Rp 74.400.000	5.619	5.692	Rp 91.072.000	6.202	6.275	Rp 100.400.000
Oktober	4.619	4.692	Rp 75.072.000	5.665	5.738	Rp 91.808.000	6.259	6.332	Rp 101.312.000
November	4.663	4.736	Rp 75.776.000	5.791	5.864	Rp 93.824.000	6.293	6.366	Rp 101.856.000
Desember	4.694	4.767	Rp 76.272.000	5.819	5.892	Rp 94.272.000	6.342	6.415	Rp 102.640.000
<b>Jumlah</b>	<b>54.161</b>	<b>54.956</b>	<b>Rp 879.296.000</b>	<b>66.731</b>	<b>67.526</b>	<b>Rp 1.080.416.000</b>	<b>73.176</b>	<b>73.971</b>	<b>Rp 1.183.536.000</b>

Sumber: Mr Koki Fried Chicken, 2020

Berdasarkan data diatas, omset penjualan produk mengalami peningkatan yang cukup stabil ditandai dengan peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan tiap bulannya. Kenaikan yang cukup signifikan terjadi pada tahun 2018. Karena pindahnya lokasi Mr Koki Fried Chicken ketempat yang lebih besar dan lebih strategis. Perpindahan lokasi ini hanya berbeda 1 blok dari lokasi sebelumnya. Kenaikan jumlah pelanggan dan pendapatan pada tahun 2018 juga dikarenakan pada pembukaan toko baru ini, Mr Koki Fried Chicken melakukan promo untuk para pelanggan.

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar dalam rangka penyusunan Laporan Akhir ini. Penelitian terdahulu dapat memberikan kita gambaran akan Laporan Akhir yang akan dibuat. Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan antara lain sebagai berikut:

**Aulia (2016)** menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil dari penelitian didapat bahwa variabel kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan **Ali (2017)** populasi penelitian konsumen yang membeli rumah di PT Bhummi Kartika Griya Persada dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian didapat bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada PT Bhummi Kartika Griya Persada.

Kedua penelitian terdahulu di atas meneliti tentang variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti kualitas produk, harga, dan lokasi. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sama, yaitu keputusan pembelian. Maka dari itu, digunakan variabel kualitas produk, harga, dan lokasi untuk mengetahui faktor dari variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen di Mr Koki Fried Chicken Palembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk menulis Laporan Akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang?”

## **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan yang akan dilakukan lebih terarah, peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan keputusan pembelian produk pada faktor kualitas produk, harga dan lokasi sebagai kriteria utama dalam pembelian produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang.

## **1.4. Tujuan dan Manfaat**

### **2.2.1. Tujuan**

Tujuan membuat Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang.

### **2.2.2. Manfaat**

1. Peneliti dapat mengetahui apakah kualitas produk, harga dan lokasi menjadi faktor keputusan pembelian terhadap produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi masukan dasar baru untuk Mr Koki Fried Chicken agar lebih memperhatikan kualitas produk, harga dan lokasi yang menjadi kriteria utama dalam keputusan pembelian produk.

## **1.5. Metodologi Penelitian**

### **1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang berbelanja di Mr Koki Fried Chicken Palembang yang berlokasi di Jalan Radial Rusun Blok 51. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk,

harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk di Mr Koki Fried Chicken Palembang.

### 1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan laporan ini ada dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Menurut **Yusi dan Idris (2016:109)** yang dimaksud data primer adalah sebagai berikut:

“Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya seperti hasil dari wawancara atau hasil kuesioner (angket) yang dilakukan oleh peneliti”.

Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik Mr Koki Fried Chicken serta menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan kepada responden yang berbelanja di Mr Koki Fried Chicken. Maksud dari responden disini adalah pelanggan Mr Koki Fried Chicken Palembang.

b. Data Sekunder

Menurut **Yusi dan Idris (2016:109)** pengertian data sekunder adalah sebagai berikut:

“Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi”.

Data sekunder ini diperoleh dari berbagai macam referensi seperti jurnal ilmiah dan buku-buku yang ada hubungannya dengan penelitian.

### 1.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data untuk penulisan laporan akhir ini adalah:

#### 1. Riset Lapangan (*field research*)

Riset Lapangan yaitu memperoleh data secara langsung dengan melakukan penelitian di lapangan, cara yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### a. Wawancara (*Interview*)

Menurut **Yusi dan Idris (2009:108)** pengertian wawancara adalah sebagai berikut:

“Wawancara adalah percakapan dua arah inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”.

Wawancara dilakukan dengan pemilik Mr Koki Fried Chicken menggunakan metode wawancara terstruktur untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan Mr Koki Fried Chicken yaitu gambaran umum mengenai usaha yang telah didirikan.

##### b. Angket (Kuesioner)

Menurut **Sugiyono (2017:147)** yang dimaksud kuesioner adalah sebagai berikut:

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Kuesioner akan dibagikan kepada pelanggan yang membeli produk di Mr Koki Fried Chicken menggunakan jenis kuesioner tertutup.



## 2. Riset Pustaka (*Library Research*)

Riset pustaka yaitu memperoleh data dengan mempelajari buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan judul sebagai bahan masukan dalam penelitian ini.

### 1.5.4. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono dalam **Hakim (2017:53-54)**, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Karena terdapat kenaikan yang cukup stabil dari jumlah pelanggan yang berbelanja di Mr Koki Fried Chicken setiap bulannya yaitu, maka peneliti menyimpulkan populasi konsumen untuk sebulan yaitu sebanyak 6.098 konsumen. Populasi didapatkan dari:

$$\text{populasi} = \frac{\text{jumlah pembeli dalam setahun}}{12}$$

$$\text{populasi} = \frac{73.176}{12} = 6.098$$

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono dalam **Hakim (2017:53-54)**, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel yang diambil menggunakan metode *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:85).

Kuesioner penelitian ini akan disebarakan kepada konsumen yang berbelanja produk unggulan yang ditemui secara kebetulan di

Mr Koki Fried Chicken Palembang. Berdasarkan jumlah populasi yang telah diperoleh, maka peneliti dapat menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Riduwan dan Akdon, 2015:254):

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

$d^2$  = Presisi yang ditetapkan adalah 10%

Besar sampel pada Mr Koki Fried Chicken:

$$n = \frac{6.098}{6.098(0,10^2) + 1}$$

$$n = 101$$

### 1.5.5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Menurut **Sugiyono (2011:14)**, pengertian penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut:

“Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis datanya menggunakan angka-angka dan bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut **Sugiyono (2011:147)**, pengertian metode deskriptif adalah sebagai berikut:

“Mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi”.

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang ada. Rumus perhitungan kuesioner dan kriteria interpretasi skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (**Riduwan, 2011:38**). Skala Likert terdapat lima alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap faktornya yang telah diskalakan dengan skor 1-5.

**Tabel 1.3 Tingkatan Pengukuran Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber:* Riduwan, 2011

Perhitungan kuesioner menggunakan rumus interpretasi skor:

$$\text{Interpretasi Skor} = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah responden} \\ &= 5 \times 101 \\ &= 505 \end{aligned}$$

*Sumber:* Riduwan, 2011

**Tabel 1.4 Kriteria Interpretasi Skor**

<b>Skor</b>	<b>Interpretasi</b>
0% - 20%	Sangat Rendah
21% - 40%	Rendah
41% - 60%	Sedang
61% - 80%	Tinggi
81% - 100%	Sangat Tinggi

*Sumber:* Yusi dan Idris, 2016