

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia dan di zaman sekarang ini sudah memasuki era globalisasi dan digitalisasi yang begitu canggih, banyaknya lahan bisnis yang begitu maju dan berkembangnya sehingga membutuhkan mobilitas yang sangat tinggi dari para pelaku bisnisnya. Semakin berkembangnya zaman serta gaya hidup masyarakat yang semakin modern ini juga dapat menyebabkan berkembangnya kebutuhan konsumen yang semakin bagus dan kompleks, yang mana salah satunya pada bisnis makanan, oleh-oleh dari ciri khas berbagai daerah dan ibu kota. **(Ichsan & Nasution, 2022)**

Kota Padang adalah salah satu kota terbesar di pantai barat pulau Sumatera sekaligus ibu kota provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota Padang itu pintu gerbang Barat Indonesia dari Samudra Hindia. Secara geografis Padang dikelilingi perbukitan yang mencapai luas wilayah 693,66 km² lebih dari separuhnya berupa hutan lindung. Berdasarkan data pusat statistik (BPS) pada tahun 2021, kota ini memiliki jumlah penduduk 909.04 jiwa. Padang merupakan kota inti dari pengembangan metropolitan Palapa.

Makanan tradisional sudah menjadi pilihan bagi para wisatawan khususnya yang datang ke Indonesia, yang mana Negara Indonesia ini terkenal akan

masakan yang enak dan lezat. Salah satunya yaitu ada di Sumatra Barat yang memiliki ciri khas makanan tradisional adalah rendang yang sudah go internasional selain itu oleh-oleh atau cemilan tradisional khas Sumatra Barat yaitu keripik balado atau bisa disebut dengan nama yang sudah dikenal masyarakat minang yaitu (Sanjai), sanjai juga banyak dikenal semua kalangan masyarakat khususnya masyarakat yang berwisata dan berkunjung ke Sumatra Barat pastinya tidak lupa dengan produk satu ini, yang mana jenis makanan ini dihasilkan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (**Burbano, 2015**)

Kripik balado 4x7 adalah salah satu merek dagang dari usaha kripik di kota padang. Yang mana usaha kripik baldo ini memproduksi 2 jenis produk unggulan yaitu kripik balado dan keripik sanjai. Selain kripik balado, toko kripik balado 4x7 juga menjual makanan khas tradisional berupa kripik sanjai, aria pinang, kue sapik serta berbagai sajian makanan kecil yang bisa menjadi oleh-oleh para konsumen yang berlibur ke ranah minang. Kripik balado 4x7 telah berdiri sejak 1970 dan terletak di Jl. Belakang Olo 1 No. 22, kp. Jao, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatra Barat. Asal usul nama 4x7 berasal dari empat minggu dalam sebulan, dan tujuh hari dalam seminggu. Artinya tidak ada hari libur dalam pengoperasian tokonya. Kripik sanjai atau kerupuk sanjai merupakan kripik yang dibuat dari singkong yang di iris tipis-tipis dan diberi berbagai bumbu. Ada berbagai jenis keripik sanjai, rasa yang paling terkenal di Sumatra Barat ini adalah keripik sanjai balado yang terdapat rasa pedas manis dari taburan bumbu cabainya. (**Teten, 2022**)

Lokasi yang mana lokasi adalah kunci utama dalam menentukan keberhasilan dalam bisnis. Menurut Tjiptono (2015: 345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian dan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan dibuat perusahaan berkaitan dengan pengoperasian dari stafnya yang akan ditempatkan (F. Ekonomi et al., 2022)

Harga yaitu suatu jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli kepada penjual untuk memperoleh suatu barang yang telah ditukarkan dengan uang. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian, sebab harga dalam suatu produk itu mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Menurut Hery (2018), harga merupakan faktor kunci dalam keputusan pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Kepuasan menurut Kloter dan Kaller (2018), kepuasan itu merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja di persepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas dan jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas.

Keputusan pembelian yang dijelaskan oleh Kotler dalam (Adnan,2018) menyatakan bahwa faktor budaya, lingkungan, individu dan psikologis ini sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, faktor tersebut diperhatikan oleh pemasar dan juga harus diperhitungkan untuk dapat diketahui berapa besar akibat dari sikap konsumen dalam memutuskan pembelian.

Pada dasarnya penelitian ini menggunakan objek pada toko kripik balado 4x7, yang mana pada saat ini industri perdagangan pada oleh-oleh setelah terjadinya Covid-19 begitu turunnya pendapatan yang didapatkan oleh suatu usaha kripik balado 4x7 banyaknya kalangan para wisatawan yang pada tahun 2019-2021 tidak banyak yang berwisata dan menurun drastis, yang mana agar terjadinya suatu keputusan pembelian harga sangatlah serius dari suatu perusahaan. Konsumen akan melihat terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli produk konsumen dapat berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu pada dasarnya konsumen pun berfikir terhadap harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang akan dibeli maka dari itu berharap kepada masing-masing perusahaan agar bisa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor selanjutnya yaitu lokasi, yang mana penentu dari keberhasilan suatu bisnis, berdasarkan hasil observasi penulis yang mendatangi secara langsung bahwa lokasi kripik balado ini di Jl. Balakang Olo kota Padang yang berada di gang perumahan, yang mana fasilitas umum yang terbatas, tempat parkir kendaraan terlalu sempit jika kendaraan roda empat banyak sehingga memakan

tempat halaman rumah orang lain. Sehingga masih banyak pelanggan yang belum puas dan harga di keripik balado 4x7 ini cenderung lebih mahal dibandingkan dengan harga- harga toko kripik yang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara melalui owner pada toko kripik balado ada beberapa harga terhadap produk yang mereka miliki. Adapun dapat dilihat jenis harga jual kripik balado 4x7 pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1
Data Jenis Harga Jual Kripik Balado 4x7 Di Kota Padang

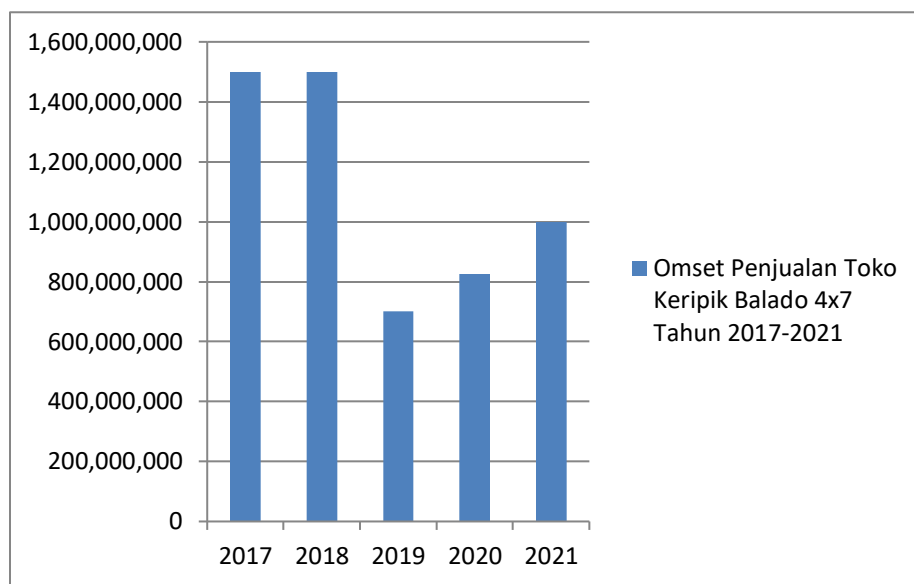
No	Jenis Produk	Harga Jual/Kemasan	Berat Produk
1.	Kripik Ampera Tipis	Rp.20.000	250 gr
2.	Kripik Balado	Rp.24.000	250 gr
3.	Kripik balado kacang	Rp.20.000	250 gr
4.	Kripik balado duren	Rp.24.000	250 gr
5.	Kripik balado hijau	Rp.24.000	250 gr
6.	Kripik singkong gurih	Rp.20.000	250 gr
7.	Kripik balado bulat	Rp. 24.000	250 gr
8.	Sanjai original	Rp. 20.000	250 gr
9.	Kripik balado bulat	Rp.46.000	500 gr

Sumber: Toko Keripik Balado 4x7 (2022)

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa penjualan dari keripik balado memiliki beberapa varian rasa dan harga, yang mana untuk menjangkau target pasar. Akan tetapi untuk masalah dari harganya masih naik dibandingkan dengan tahun yang lalu, dikarenakan pada tahun ini banyaknya kenaikan pada saat harga minyak naik dan semua bahan pangan naik maka untuk harga per 250 gr pada kripik balado yang dulunya Rp. 20.000 dan sekarang menjadi Rp. 24.000/ 250

gr. Untuk bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat disini usaha keripik balado mempertahankan harga yang sekarang ini agar memperoleh keuntungan yang maksimal. Adapun grafik penjualan toko keripik balado 4x7 pada lima tahun terakhir mengalami flukturasi. Berikut gambar penjualan dari tahun 2017-2021

Gambar 1. 1
Omset Penjualan Toko Kripik Balado 4x7 Tahun 2017-2021



Sumber: Toko Kripik Balado 4x7 Kota Padang (2022)

Berdasarkan data pada grafik 1.1 diatas terlihat jelas bahwa hasil penjualan toko Kripik Balado 4x7 Kota Padang lima tahun terakhir mengalami penurunan baik pada obset maupun pada tren 5 tahun terakhir dari tahun 2017 sampai ke tahun 2021. Dikarenakan hal hal yang terjadi di tahun 2019 yang mana tahun tersebut munculnya wabah Corona atau Covid-19, banyak perusahaan dan usaha industry mengalami penurunan dari segi harga, penjualan dan omset yang didapatkan, dan dari segi lokasi yang kurang menonjol ke permukaan jalan raya atau dekat jalan

lalu lintas sehingga konsumen yang tidak mempunyai kendaraan untuk melakukan pembelian terhadap produk menguras biaya ongkos.

Motivasi penelitian dalam peneliti ini didasarkan pada penelitian penelitian terdahulu maka adanya research gap dari variabel independen dan variabel intervening yang mempengaruhi variabel dependen

Bahwa hasil dari penelitian **(Desrianto & Afridola, 2020)**, **(Haromain & Suprihhadi, 2016)** dan **(Kadi et al., 2021)** menunjukkan bahwa lokasi terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari **(Lina Sari Situmeang, 2017)** dan **(Mardika et al., 2019)** bahwa tidak dapat berpengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan

Harga terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti **(Budiono, 2020)**, **(Bali, 2018)** dan **(Krisna Marpaung et al., 2021)** bahwa terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bertentangan hasil penelitian dari **(Kurniawati et al., 2019)**, **(Jurnal et al., 2022)** bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan

Lokasi terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh **(Putri, 2021)** dan **(Riyanto, 2020)** bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil dari penelitian **(Yoeliastuti et al., 2021)**, **(Keputusan et al., 2018)** dan **(Husen et al., 2018)** bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian hal ini bertentangan

dengan hasil penelitian dari (Febriansyah, 2021) dan (Azizah & Prasetyo, 2019) bahwa berpengaruh negative atau tidak berpengaruh secara signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Dari fenomena dan permasalahan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai teori yang ada hal ini diperkuat adanya penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ini menarik dan meneliti judul : “ **Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Keripik Balado 4x7 Dikota Padang**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas maka penulis dapat mengidentifikasi masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Penjualan toko kripik balado 4x7 Kota Padang lima tahun terakhir dari tahun 2017 sampai ke 2021 mengalami penurunan
2. Tempat atau lokasi yang cenderung masuk ke dalam gang perumahan sulit untuk dijangkau sehingga konsumen masih belum merasa puas
3. Harga pada produk kripik balado lebih mahal dibandingkan dengan harga toko kripik yang lainnya
4. Kurangnya fasilitas umum seperti kurangnya tempat untuk parkir kendaraan yang kurang luas

5. Jenis produk yang ditawarkan terhadap harga, konsumen masih berfikir terhadap produk yang akan dibeli
6. Terjadinya penurunan omset penjualan
7. Konsumen yang jauh dari lokasi toko untuk melakukan pembelian terhadap produk menguras biaya ongkos

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempermudah permasalahan serta tidak menyalahi sistematika penulisan karya ilmiah sehingga dapat membawakan hasil sesuai dengan yang diharapkan, maka penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini agar lebih focus dan tidak keluar dari topik pembahasan yaitu dibatasi dengan sebagai berikut Pengaruh Lokasi (X1) Dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Melalui Keputusan Pembelian (Z) Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kripik Balado 4x7 Di Kota Padang

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko kripik balado 4x7?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko kripik balado 4x7?

3. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7?
4. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7?
5. Bagaimana keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7?
6. Apakah keputusan pembelian mampu memediasi lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7?
7. Apakah keputusan pembelian mampu memediasi harga terhadap kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pembelian pada toko kripik balado 4x7.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko kripik balado 4x7
3. Untuk mengetahui bagaimana lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7
4. Untuk mengetahui bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7

5. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembeli berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7
6. Untuk mengetahui apakah keputusan pembelian mampu memediasi lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripik balado 4x7
7. Untuk mengetahui apakah keputusan pembelian mampu memediasi harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko kripikbalado 4x7

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

a. Bagi Penulis

Mendapatkan pengalaman dan pelajaran mengenai harga dalam marketing dan menjadi media untuk membandingkan teori yang sudah diperoleh saat perkuliahan dengan penerapan yang benar benar terjadi di lapangan. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi yang meneliti selanjutnya dengan variabel yang sama

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan agar menjadi sumber data atau referensi dalam menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami di bidang pemasaran

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk masukan yang baik ataupun informasi dan referensi yang dapat meningkatkan bagi pemilik usaha dan kemajuan perusahaan.