

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap berbagai jenis produk dan jasa. Selain itu, perkembangan dunia usaha di Indonesia juga didukung oleh semakin besarnya kontribusi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, yang berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja serta pertumbuhan ekonomi nasional. Jumlah pelaku usaha yang terus berkembang tersebut menunjukkan bahwa persaingan bisnis di berbagai sektor menjadi semakin kompetitif.

Dalam kondisi seperti ini, setiap perusahaan tidak hanya dituntut mampu menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing usahanya. Salah satu sektor usaha yang turut berkembang adalah usaha florist atau penyedia jasa karangan bunga. Karangan bunga tidak hanya digunakan sebagai bentuk ungkapan selamat maupun belasungkawa, tetapi juga telah menjadi bagian dari budaya masyarakat dalam berbagai kegiatan seperti pernikahan, wisuda, peresmian perusahaan, pelantikan jabatan, hingga kegiatan pemerintahan.

Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar pelaku usaha florist semakin kompetitif sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu

menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Menurut Kotler dan Armstrong (2021) keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai merek yang akan dipilih setelah melalui proses evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia.

Zakia Florist Bangkalan adalah usaha Florist yang berskala UMKM yang menyediakan berbagai jenis produk karangan bunga, seperti papan bunga ucapan, standing flower, hand bouquet, bunga meja, dan berbagai rangkaian bunga lainnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan pemilik Zakia Florist Bangkalan, diketahui bahwa dalam beberapa waktu terakhir terjadi penurunan permintaan produk karangan bunga, khususnya papan bunga ucapan. Menurut pemilik usaha, kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh adanya kebijakan efisiensi anggaran pada beberapa instansi pemerintah maupun perusahaan yang selama ini menjadi pelanggan, sehingga penggunaan papan bunga sebagai media penyampaian ucapan mengalami penurunan. Di sisi lain, persaingan usaha florist yang semakin ketat menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan tempat pembelian, sehingga pelaku usaha dituntut mampu menawarkan produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing.

Selain adanya penurunan permintaan akibat efisiensi anggaran, persaingan harga antar florist di Kabupaten Bangkalan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Konsumen pada umumnya akan membandingkan harga yang ditawarkan oleh beberapa florist sebelum menentukan

tempat pembelian. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap beberapa florist di Kabupaten Bangkalan, diperoleh perbandingan harga sebagai berikut:

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Layanan Antara Produk Zakia Florist dengan kompetitor

No	Nama Florist	Produk	Harga
1	Zakia Florist Bangkalan	Papan bunga 3 kuntum	550.000
2	Karangan Bunga Kamal Telang	Papan bunga 3 kuntum	500.000
3	Lyta Florist Bangkalan	Papan bunga 3 kuntum	450.000

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat perbedaan harga produk papan bunga pada beberapa florist di Kabupaten Bangkalan meskipun menawarkan jenis produk yang relatif sama tetapi harga yang ditawarkan relatif berbeda. Zakia Florist menetapkan harga 550.000 Karangan Bunga kamal Telang menawarkan harga 500.000 sedangkan Lyta Florist Bangkalan menawarkan harga 450.000 menunjukkan bahwa konsumen memiliki banyak alternatif pilihan sehingga akan mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dalam bisnis florist kualitas produk tidak hanya dilihat dari kesegaran bunga, tetapi juga desain rangkaian, kerapian pengerjaan, ketepatan waktu penyelesaian, serta kesesuaian produk dengan pesanan pelanggan. Menurut Tjiptono (2019), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen sehingga mampu menciptakan kepuasan serta mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Meskipun Zakia Florist menetapkan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa florist pesaing di Kabupaten Bangkalan, usaha ini tetap memiliki pelanggan yang melakukan pembelian. Kondisi tersebut menunjukkan

bahwa harga bukan satu-satunya faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen diduga juga mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan, seperti desain karangan bunga, kualitas bahan, serta ketepatan waktu penyelesaian pesanan. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya kemungkinan bahwa konsumen bersedia membayar harga yang lebih tinggi apabila kualitas produk yang diterima sesuai dengan harapan mereka.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga dapat diartikan sebagai sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Bagi konsumen, harga kerap dijadikan sebagai pertimbangan utama dalam menentukan pilihan, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan daya beli. Penetapan harga yang terlalu tinggi berpotensi mendorong konsumen untuk beralih ke produk pesaing, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi bahwa kualitas produk kurang baik. Oleh sebab itu, penetapan harga yang sesuai menjadi aspek yang sangat penting dalam menunjang keberlangsungan suatu usaha.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam konteks produk jasa, kualitas dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti kerapian penyusunan, keindahan desain, pemilihan bahan, daya tahan produk, serta kesesuaian produk dengan pesanan konsumen (Garvin, D.A, 1987). Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong terjadinya

keputusan pembelian.

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk karangan bunga, tingkat persaingan dalam usaha tersebut juga mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang hadir dengan menawarkan produk sejenis, namun memiliki keunggulan masing-masing. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna menarik minat beli konsumen.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Zakia Florist Bangkalan menghadapi tantangan dalam mempertahankan keputusan pembelian konsumen di tengah menurunnya permintaan dan meningkatnya persaingan usaha. Apabila pelaku usaha tidak mampu menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen serta tidak menjaga kualitas produk yang ditawarkan, maka keputusan pembelian berpotensi terus menurun dan berdampak pada keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Beberapa Penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan. Penelitian Bunga Paramita, Catri Jinar et al, (2024) Secara simultan, kualitas produk, harga, dan layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, harga dan kualitas layanan tidak berdampak signifikan.penelitian. Janes Rivai dan Zulfitri (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan

pembelian, tetapi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, terlihat bahwa objek penelitian masih didominasi oleh produk makanan dan minuman, seperti kedai kopi dan tape singkong. Hingga saat ini masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada usaha florist, khususnya produk karangan bunga di Kabupaten Bangkalan. Padahal karakteristik produk florist berbeda dengan produk konsumsi sehari-hari karena lebih menekankan aspek estetika, kualitas rangkaian, ketepatan waktu pengerjaan, serta nilai emosional produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian (research gap) dengan menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk karangan bunga Zakia Florist Bangkalan.

Dengan adanya latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian teori yang lebih mendalam tentang sejauh mana harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Karangan Bunga Zakia Florist Bangkalan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian pada produk Karangan Bunga Zakia Florist Bangkalan?

- 2) Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan bunga Zakia Florist Bangkalan?
- 3) Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan bunga Zakia Florist Bangkalan?
- 4) Apakah Harga dan Kualitas Produk sama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan Bunga Zakia Florist Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan Bagaimana harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian pada produk Karangan Bunga Zakia Florist Bangkalan
- 2) Menjelaskan Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan bunga Zakia Florist Bangkalan
- 3) Menjelaskan Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan bunga Zakia Florist Bangkalan
- 4) Menjelaskan Apakah Harga dan Kualitas Produk sama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Karangan Bunga Zakia Florist Bangkalan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan manfaat atau kontribusi apa yang diberikan oleh hasil penelitian tersebut, baik dari aspek teoritis maupun aspek praktisnya, apabila tujuan penelitian tersebut sudah tercapai. Adapun manfaat yang didapatkan

dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Akademis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Selain itu untuk menambah wawasan peneliti dalam penulisan karya ilmiah untuk penelitian serta untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan oleh peneliti mengenai harga dan kualitas produk.

b) Bagi Universitas

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmiah di lingkungan universitas, khususnya dalam bidang ilmu pemasaran dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi akademik, baik untuk kegiatan pembelajaran, pengembangan kurikulum, maupun sebagai dasar bagi penelitian- penelitian berikutnya yang relevan.

c) Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian selanjutnya khususnya dalam penelitian yang melibatkan variabel harga, kualitas produk juga keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha, penelitian ini dinanti menyampaikan kontribusi dan menambah informasi dalam mengatasi masalah yang terjadi pada usaha Zakia

Florist dalam menjalankan strategi pemasarannya yang lebih terarah terkait pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Karangan bunga Zakia Florist Bangkalan, hasilnya diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi untuk menentukan strategi pengembangan usaha yang lebih tepat kedepannya.

b) Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pelanggan dalam memilih produk yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan dalam penggunaan produk. Dengan demikian, pelanggan diharapkan dapat memperoleh pengalaman pembelian yang lebih optimal dan sesuai dengan harapan.