

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada saat ini banyak mengalami kemajuan sehingga tidak dapat dipungkiri banyak persaingan di dunia bisnis. Persaingan semakin ketat menuntut para pelaku usaha khususnya yang bergerak di bidang jasa untuk dapat terus mempertahankan usahanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan usaha jasa saat ini mengalami perubahan yang sangat variatif dan inovatif. Banyak para pelaku usaha yang memanfaatkan keahlian dan kemampuan yang dimilikinya dengan cara mengembangkan serta fokus pada usaha jasa. Menurut Tabelessy, (2021) Semakin banyak pesaing masuk ke pasar, lebih banyak usahawan berusaha mempertahankan posisi mereka. Tujuannya adalah untuk memastikan bisnis tetap beroperasi dan mempertahankan konsumennya. Secara tidak langsung hal tersebut akan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan perekonomian pada saat ini.

Usaha buket bunga saat ini menjadi salah satu usaha yang sedang *trend* khususnya di kalangan anak muda. Usaha rumahan ini memiliki banyak keuntungan dan prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan oleh para pelaku usaha. Selain itu, usaha ini mudah ditekuni oleh para komoditas tanaman bunga, karena memiliki nilai ekonomi yang sangat

tinggi. Nilai yang terdapat dalam usaha bunga yaitu berbentuk rangkaian bunga (buket bunga hidup). Buket bunga saat ini memiliki banyak bentuk yang beraneka ragam sehingga dapat menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Buket bunga biasanya digunakan dalam beberapa acara seperti acara pernikahan yang biasanya dipakai sebagai hiasan yang di pegang oleh mempelai wanita. Namun di era sekarang, buket bunga tidak hanya dipakai sebagai acara pernikahan melainkan banyak orang menggunakan buket ini sebagai hadiah ucapan selamat untuk orang terdekat atau spesial seperti pada acara *valentine*, ulang tahun, maupun acara wisuda dan lainnya. Seperti yang dikemukakan oleh Octaviani *et al.*, (2023) hadiah buket bunga memang selalu cocok untuk diberikan pada momen tertentu. Rosa Florist adalah salah satu bisnis rumahan yang berkembang di Sumenep. Rosa Florist dirintis oleh sang pemilik yang merasa sulit mencari lapangan pekerjaan sehingga dengan kemampuan dan keahlian bisnis yang dimiliki oleh Rosa Florist ini mampu menciptakan dan mengembangkan usahanya hingga saat ini. Seperti yang dinyatakan oleh Kusumaningrum *et al.*, (2022) seseorang memilih untuk berwirausaha karena mereka memiliki kemampuan untuk membuat suatu produk dan memiliki kemampuan untuk menjual produk tersebut kepada masyarakat luas.

Rosa Florist bertempat di Jl. Dewi Sartika 8 Blok RD 01 Perumahan Bumi Sumekar No. Asri, Kothe, Kolor, Kota Sumenep, Jawa Timur, yang berdiri sejak 19 Agustus 2016. Rosa Florist merupakan suatu bisnis yang menjual produk rangkaian buket bunga hidup, buket bunga plastik, buket bunga flannel, buket snack, buket uang, wedding bouquet, flower box, dan segala macam hadiah seperti hiasan figura, hampers, boneka wisuda dan rangkaian hiasan lainnya yang disusun sedemikian rupa sehingga memiliki nilai estetik dalam setiap rangkaiannya. Rosa Florist dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan Rosa Florist merupakan salah satu usaha buket yang ada di Kota Sumenep yang sudah terkenal yang berdiri sejak 8 tahun yang lalu dibandingkan dengan usaha buket lain yang ada di sumenep, kualitas produk yang bagus dan sudah memiliki banyak konsumen tetap. Selain itu, proses pemasaran produknya Rosa Florist menggunakan beberapa sosial media seperti WhatsApp, Instagram, serta menggunakan endorsemen dalam mempromosikan produknya.

Tabel 1.1

Data Penjualan Rosa Florist pada Bulan Desember-Februari

Bulan	Penjualan
November	200 buah
Desember	400 buah
Januari	310 buah
Februari	600 buah
Jumlah	1.510 buah

Sumber: Rosa Florist tahun 2024

Dari data yang diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan Buket Rosa Florist pada bulan desember mengalami kenaikan karena di bulan tersebut terdapat beberapa hari penting seperti hari ibu, wisuda, dan sidang skripsi di beberapa kampus. Sedangkan pada bulan Januari mengalami penurunan dikarenakan tidak ada acara penting hanya ada acara seminar proposal sehingga jumlah produksi menurun dibandingkan dari bulan sebelumnya. dan pada bulan Februari mengalami kenaikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya karena pada bulan tersebut terdapat beberapa acara penting seperti hari *valentine*, dan seminar proposal. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. Salah satu cara untuk mencapai tingkat yang baru dalam pembuatan hal-hal baru adalah inovasi. Aryoni *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa inovasi produk adalah membuat produk baru untuk mengantisipasi rasa bosan pelanggan pada produk lama. Oleh sebab itu, inovasi produk sangat penting dilakukan oleh setiap pelaku usaha agar produk yang dipasarkan mempunyai pembaharuan dan dapat membedakan produk dengan para pesaing yang sejenis. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang terjadi di Rosa Florist yaitu kurangnya inovasi produk sehingga sampai saat ini dirasa produk yang ditawarkan masih umum dijual oleh para pesaing sejenis. Seperti buket uang, buket snack, buket bunga plastik, hampers, dan lain-lain. Tetapi, meski umum dijual oleh para pesaing yang sejenis desain produk yang ditawarkan oleh Rosa Florist memiliki perbedaan dan memiliki ciri khas tersendiri

sehingga dapat menarik banyak konsumen. tetapi, perlu adanya pembaharuan pada setiap produk yang ditawarkan dan terus menciptakan produk baru agar produk yang ditawarkan memiliki inovasi sehingga dapat bersaing dengan para pesaing sejenis.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas suatu produk barang atau jasa, dan jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat yang diperoleh atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2018). Harga menjadi salah satu hal yang sering dipertimbangkan oleh para konsumen dalam melakukan proses pengambilan keputusan pembelian. Sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian, terlebih dahulu konsumen mencari tahu tentang sebuah produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha dalam melakukan penetapan harga yang tepat, karena harga dapat menentukan standar kualitas suatu produk yang diberikan.

Banyak konsumen yang rela membeli sebuah produk dengan harga tinggi demi mendapatkan kualitas produk yang baik. maka para pelaku usaha dalam hal ini harus benar-benar mempertimbangkan penetapan harga dengan baik. Salah satu strategi perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan yang sejenis yaitu dengan cara memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang unggul.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga

No.	Jenis Buket	Harga Buket Rosa Florist	Harga Buket Dirsanda Florist
1.	Buket Bunga Plastik	Mulai Rp. 25.000	Mulai Rp. 15.000
2.	Buket Snack	Mulai Rp.30.000	Mulai Rp. 20.000
3.	Buket Uang	Rp. 48.000/ 10 lembar	Rp. 30.000/ 10 lembar
4.	Buket Boneka	Rp. 35.000	Rp. 30.000
5.	Buket Coklat	Mulai Rp. 38.000	Mulai Rp. 25.000
6.	Buket Hijab	Rp. 40.000 / 1 hijab	Rp 25.000/ 1 hijab
7.	Buket Rokok	Rp. 27.000/5 rokok	Rp. 20.000/ 5 rokok
8.	Hampers	Rp. 50.000	Rp. 50.000
9.	Bunga Satu Tangkai	Rp. 10.000	Rp. 8.000

Sumber: Rosa Florist dan Dirsanda Florist tahun 2024

Dari data diatas dapat dilihat bahwa harga yang diberikan oleh Rosa Florist dan Dirsanda Florist memiliki perbedaan yang beragam, dimana pada produk bunga plastik Rosa Florist menawarkan harga yang lebih tinggi Rp.10.000 dibandingkan dengan Dirsanda Florist, pada produk buket snack Rosa Florist memiliki perbedaan yang lebih tinggi sebesar Rp. 5000. Buket uang memiliki perbedaan Rp.18.000 lebih tinggi dibandingkan dengan Dirsanda florist. begitupun pada produk yang lainnya seperti buket boneka yang memiliki perbedaan Rp. 5.000, buket coklat yang memiliki perbedaan harga ssebesar Rp. 13.000 , buket hijab lebih tinggi Rp.15.000, buket rokok memiliki perbedaan Rp. 7.000, Bunga satu tangkai memiliki perbedaan sebesar Rp. 2.000 dan hampers memiliki harga yang sama yaitu Rp. 50.000. Perbedaan harga tersebut tidak selalu tetap melainkan sesuai dengan keinginan konsumen seperti jasa yang

ditawarkan pada buket hijab, buket uang dan buket rokok tergantung dari permintaan konsumen.

Konsumen sering kali menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk dan penetapan harga yang tinggi akan mempengaruhi keputusan pembelian. Sesuai dengan permasalahan yang terjadi di Rosa Florist harga menjadi salah satu yang di permasalahakan karena dirasa Rosa Florist masih menawarkan harga yang cukup mahal dibandingkan dengan pesaing yang sejenis. Sehingga hal ini akan mengakibatkan konsumen berpindah kepada pesaing yang menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang sama.

Selain inovasi dan harga faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan menjadi modal utama dalam keberhasilan suatu proses transaksi jual-beli baik *online* maupun *offline*. Dengan konsumen percaya pada produk yang ditawarkan maka akan lebih memudahkan para pelaku usaha dalam menarik minat konsumen untuk tetap melakukan pembelian secara terus-menerus. Salah satu yang dapat dilakukan dalam mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produknya adalah dengan tetap menjaga kualitas produk. Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya, dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan (Khotimah & Febriansyah, 2018).

Kepercayaan konsumen sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha yang dijalankan. Kepercayaan konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkan harus tetap dijaga dengan baik. hal ini nantinya yang akan menjadi faktor pendorong para konsumen untuk tetap melakukan keputusan pembelian pada produk atau layanan yang mereka percaya. Seperti yang dipaparkan oleh Agustiningrum & Andjarwati (2021) bahwa kepercayaan memiliki hal yang menimbulkan efek positif pada sikap konsumen terhadap perusahaan dan konsumen yang memiliki rasa percaya pada perusahaan dapat lebih memiliki keputusan untuk membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Berdasarkan Observasi yang telah dilakukan terdapat permasalahan yang terjadi di Rosa Florist yaitu menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli dimana Rosa Florist sering tidak memperhatikan kelengkapan pada produknya. Seperti sering tidak memberikan kartu ucapan pada setiap produk yang sudah dipesan oleh konsumen. Selain itu, kurangnya respon yang diberikan oleh Rosa Florist terhadap konsumen dalam proses pemesanan dan pengambilan produk sehingga membuat konsumen kurang percaya untuk membeli produk yang ditawarkan. Selaras dengan hal tersebut menurut Kholik *et al.*, (2020) dengan terus menjaga kepercayaan konsumen terhadap sebuah produk baik barang atau jasa, maka kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian akan meningkat.

Keputusan pembelian dalam hal ini merupakan tahap akhir konsumen dalam menentukan niat untuk membeli suatu produk atau tidak.

Para pelaku usaha harus benar-benar memperhatikan perilaku dari para konsumen karena keputusan pembelian suatu produk tidak akan pernah terlepas dari adanya alasan-alasan tertentu. Proses pembelian suatu produk setiap konsumen pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusannya yang berbeda sesuai dengan kepribadian, usia, pendapatan, kebutuhan dan gaya hidupnya. Selaras dengan hal ini Kotler & Keller (2016) memaparkan bahwa keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku pembeli. Seperti tentang keadaan produk, jasa, ide, atau pengalaman yang bisa mencukupi keperluan dan keinginan dari seseorang, komunitas dan perusahaan untuk memutuskan apa yang akan dipilih hingga membeli dan memakainya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil konsumen untuk dijadikan sampel yaitu perempuan dikarenakan dalam usaha buket pembeli lebih dominan perempuan sedangkan untuk laki-laki jarang melakukan pembelian produk tersebut. Sehingga peneliti lebih fokus kepada konsumen perempuan dalam proses pengambilan sampel.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Ernawati, (2019) memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maryana & Permatasari, (2021) memperoleh hasil yang berbeda dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan sebuah keputusan

pembelian, akan tetapi terdapat penelitian yang memiliki hasil yang berbeda mengenai penelitian tentang harga terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Mulyana, (2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian menurut Hutagalung & Waluyo, (2020) mendapatkan hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Termasuk yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kepercayaan konsumen, dimana terdapat adanya perbedaan penelitian tentang pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Yulandra & Haryati, (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sobandi & Somantri, (2020) memperoleh hasil bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, Maka dengan hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen dengan judul “**Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Buket Rosa Florist di Kota Sumenep**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep?
3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa florist di Kota Sumenep?
4. Apakah inovasi produk, harga, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep.

4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada usaha buket Rosa Florist di Kota Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin diketahui yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya tentang pengaruh inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada usaha Buket Rosa Florist di Kota Sumenep. Serta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan jenis maupun objek penelitian.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah informasi dalam mengatasi adanya masalah yang terjadi khususnya pada usaha Buket Rosa Florist di Kota Sumenep dalam menerapkan strategi pemasarannya terkait pengaruh inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian dimana nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta evaluasi dalam pengembangan bisnis yang tepat. Serta bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan

mengenai topik yang menjadi fokus penelitian. Sehingga dapat menjadi bahan diskusi dalam memperluas wawasan pengetahuan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertempat di Jl. Dewi Sartika 8 Blok RD 01 Perumahan Bumi Sumekar No. Asri, Kothe, Kolor, Kota Sumenep. Penelitian dan ruang lingkup penelitian ini mencakup tiga variabel independen yaitu inovasi produk (X1), harga (X2) dan kepercayaan konsumen (X3), serta satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Data yang diperoleh selama penelitian ini nantinya agar mengetahui pengaruh inovasi produk, harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

