

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis tidak pernah lepas dalam persaingan yang terdapat dipasar, oleh sebab itu *industry* wajib bergerak cepat dalam merencanakan strategi untuk memberikan kebutuhan serta kemauan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan selanjutnya akan memutuskan untuk pembelian, karena pelanggan seorang yang sangat penting dalam memenangkan kompetisi tersebut.

Salah satu bisnis UMKM yang ada di Lamongan adalah lebih banyak mengalami persaingan yaitu makanan, karena makanan termasuk kebutuhan semua orang selain itu makanan juga banyak dijumpai oleh kalangan masyarakat contohnya seperti Kue Kering. ini sudah menyediakan beberapa varian kue kering diantaranya adalah Nastar, Putri Salju, Lidah Kucing, Mawar Butter, Chocochips, Semprit Keju. Adapun harga dari varian ini diantaranya Rp 38.000,00 – Rp 58.000,00 untuk kue kering 500 gram. Kue kering yang diproduksi dua hari sekali ini cukup banyak digemari karena harganya yang terjangkau dan rasanya yang enak. Karena hal itu pula, sudah ada beberapa reseller yang bergabung dengan Najma Cake. bisnis Cake & Cookies bisa dikatakan masih lebih unggul dalam beberapa faktor .

Adapun keunggulan ini terletak dari segi harga yang lebih terjangkau, dari segi rasa dan segi keamanan saat dikonsumsi. marketing pada media sosial sangat mempengaruhi penjualan suatu barang atau jasa, sehingga dibutuhkan konten desain grafis yang mampu membuat konsumen atau

audience tertarik dengan produk tersebut. Sehingga sebuah desain yang dibuat tentunya harus memiliki nilai khas dan pembeda dari para pesaing.

Dengan adanya sebuah desain konten digital marketing yang bagus, mampu menggambarkan Cookies ini dan sudah melakukan pengiriman ke beberapa kota diantaranya Gresik dan Pasuruan. Selain itu Najma Cake and Cookies juga menjual berbagai varian kue bolu yaitu kue bolu coklat, keju, pandan dan susu. Dengan kisaran harga 35.000 – 45.000. Untuk kue bolu ini diproduksi setiap hari dan selalu ready stock. Namun dalam proses produk kue kering ini lebih memiliki banyak peminat dan pelanggan hingga luar kota. Hingga saat ini ada banyak sekali pebisnis kue kering aktif diplatform digital yaitu Instagram, watshap facbook ,dll.

Kue Kering merupakan makanan atau jajanan yang mudah dibawa kemana-mana dan juga bisa dijadikan untuk pengganti nasi maka dari itu banyak pelanggan yang mencari makanan tersebut. Menurut Abubakar, Rusydi (2020) mengatakan bahwa salah satu hal yang paling terpenting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan adalah menciptakan produk baru, hal ini akan dapat mendatangkan apresiasi, sehingga bisa menarik minat lebih banyak serta meningkatkan profit perusahaan.

Menurut Kotler, dkk (2019) Inovasi produk yaitu hasil berbagai macam proses yang digabungkan serta saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi, diharapkan dapat meningkatkan pembelian pada konsumen. Salah satu inovasi produk bisa dilakukan dengan cara memasarkan produk secara online/*digital*.

Menurut Sanjaya, Ridwan dkk (2021) *Digital Marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dimedia sosial. Jika Kue Keing dipasarkan secara online, hal tersebut akan dapat membuat pelanggan merasa puas serta memberikannya kemudahan untuk membelinya.

Selain strategi tersebut, harga juga sangat dibutuhkan oleh pelanggan dalam pemilihan produk. Menurut Tjiptono, Fandy (2020) harga yaitu sejumlah uang yang digunakan dalam unsur pemasaran untuk memenuhi kebutuhan penjual dan pembeli. Dengan harga yang pas maka pelanggan akan merasa senang dan otomatis akan memutuskan untuk pembelian.

Menurut Tjiptono, Fandy (2019) telah mengemukakan bahwa keputusan pembelian ialah perilaku konsumen setelah memiliki hasrat ataupun keinginan dalam sebuah produk. Jika pelanggan Kue Kering dapat memenuhi strategi dari inovasi produknya, *digital marketing* dan dapat memberikan harga yang sesuai kebutuhan pelanggan, maka profit perusahaan akan dapat berkembang lebih maju.

Bersumber pada penjelasan diatas hingga penulis tertarik untuk mengambil judul: **PENGARUH INOVASI PRODUK, DIGITAL MARKETING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KUE KERING DI LAMONGAN.**

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar diatas hingga bisa diformulasikan pokok kasus selaku berikut:

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian?

2. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian?
3. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan permasalahan diatas, hingga tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada pula manfaat yang diharapkan yaitu:

A. Manfaat Teoritis

1) Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan dan pengalaman dalam pelaksanaan penelitian sesuai ilmu dan teori yang diperoleh. Serta untuk pedoman dalam menganalisis pengaruh inovasi produk, *digital marketing*, harga terhadap keputusan pembelian.

2) Bagi Universitas

Bisa menjadi bahan kajian atau referensi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, *digital marketing*, harga terhadap keputusan pembelian.

B. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan referensi serta masukan bagi pemilik Kue Kering UMKM mengenai pengaruh inovasi produk, *digital marketing*, harga terhadap keputusan pembelian guna meningkatkan volume penjualan.