

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan perubahan yang semakin cepat dalam dunia bisnis di setiap tahunnya mengakibatkan banyak bermunculan pesaing bisnis yang baru di berbagai kategori, baik barang maupun jasa. Indonesia sendiri memiliki keanekaragaman pangan, salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner yang saat ini menjajikan sehingga banyak pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis ini. Gaya hidup masyarakat sekarang banyak dipengaruhi oleh adanya modernisasi dalam berbagai bidang, sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan penyesuaian dengan mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Konsumsi roti di Indonesia terus meningkat. Roti menjadi pilihan makanan cepat saji yang praktis serta mudah dibawa kemana saja dan dapat memenuhi kebutuhan pangan bagi masyarakat dengan mobilitas yang tinggi. Roti memiliki keunggulan karena terjual dalam kemasan yang siap saji. Kelebihan ini yang menjadi pilihan masyarakat untuk beralih dari makanan pokok seperti nasi atau bahkan mie instan karena roti tidak memerlukan waktu untuk memasak tetapi bisa langsung di konsumsi. Berubahnya pola konsumsi masyarakat juga menjadi peluang bagi perusahaan untuk menciptakan produk roti yang berkualitas serta memenuhi kebutuhan pangan masyarakat.

Banyak pelaku usaha makanan cepat saji yang ingin menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Hal itulah yang akan menjadi persaingan bisnis semakin ketat. Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis di bidang Bakery. Banyaknya Bakery yang hadir di Kabupaten Jombang membuat persaingan di bidang bisnis ini ketat, karena

disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan. Salah satu Bakery yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah toko roti Ganezza Bakery. Toko roti Ganezza Bakery awal mulanya didirikan atas dasar ide bapak Heri. Toko ini berdiri sejak tahun 2012 yang berlokasi di Jl. Raya Gading Mangu No.02, Gadingmangu, Kec. Perak, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Seperti para pelaku bisnis pada umumnya toko roti Ganezza Bakery ini menginginkan penjualannya terus meningkat, namun pada kenyataannya terjadi fluktuasi (naik turun) pada penjualan. Hal tersebut terlihat dari laporan penjualan toko roti Ganezza Bakery pada tahun 2022:

Tabel 1. 1 Data Penjualan Toko Roti Ganezza Bakery

No	Bulan (2022)	Target Penjualan	Jumlah Penjualan	Selisih Jumlah Penjualan Setiap bulan (pcs)
1	Januari	4900	4760	-
2	Februari	4900	4735	-25
3	Maret	4900	4951	216
4	April	4900	3973	-978
5	Mei	4900	4028	55
6	Juni	4900	3851	-177
7	Juli	4900	4813	962
8	Agustus	4900	4276	-537
9.	September	4900	4130	-146
10.	Oktober	4900	4850	720
11.	November	4900	4531	-319
12.	Desember	4900	4920	389

Sumber: Toko Roti Ganezza Bakery

Tabel tersebut mewakili data penjualan di toko roti Ganezza Bakery di Kabupaten Jombang. Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi (naik turun) pada penjualan di Ganezza Bakery Kabupaten Jombang. Terlihat ada beberapa bulan yang mengalami peningkatan dan penurunan dalam penjualan. Dapat dilihat dalam tabel, terjadi penurunan pada bulan pada bulan Februari sebesar 25 pcs, bulan April sebesar 978 pcs, bulan Juni 177 pcs, bulan Agustus 537 pcs, September 146 pcs, dan di bulan November mengalami penurunan penjualan sebesar 319 pcs.

Fluktuasi angka penjualan tersebut terjadi karena adanya persaingan dari ragam jenis masing-masing produk yang tersedia sesuai dengan kualitas rasa, tekstur, dan bentuk roti yang dimiliki yang mampu memenuhi selera keinginan para konsumen. Melihat kondisi yang demikian, maka pelaku usaha harus melakukan sebuah perubahan dengan meningkatkan kualitas produk, menghadirkan inovasi baru yang lebih segar lagi agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, yang pada akhirnya akan membuat rasa percaya konsumen tetap menjadi pelanggan setianya dengan melakukan keputusan pembelian pada toko roti Ganezza Bakery, serta merekomendasikannya kepada pihak lain.

Untuk tetap bertahan dalam ketatnya persaingan dalam bisnis, toko roti Ganezza Bakery ini harus melakukan perubahan strategi dengan memperhatikan bagaimana mempromosikan produk-produknya. Dengan pemanfaatan media sosial seperti facebook, twitter serta memberikan informasi terupdate melalui websitenya atau bahkan melakukan promosi secara langsung dengan membagikan brosur produk-produk yang ditawarkan.

Para pelaku usaha dituntut untuk bisa menarik konsumen sebanyak mungkin agar membeli produk yang dipasarkan. Maka dengan itu para pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk mencari dan memperbaiki faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, inovasi produk, dan promosi penjualan.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang di ciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk atau jasa. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan Kotler dalam Amilia (2017). Menurut Shahrudin dkk dalam Fernando & Aksari (2018) kualitas produk adalah faktor yang paling penting bagi pemilihan masing-masing merek atau model, terutama di lingkungan pasar dimana dengan tingkat persaingan yang ketat dan penetapan harga yang kompetitif.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi produk. Dalam menciptakan sebuah produk di butuhkan adanya inovasi produk, dengan tujuan agar berbeda dari produk para pesaing dan membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Sebuah perusahaan di tuntut untuk lebih berinovasi dalam menghasilkan sebuah produk agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Inovasi produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen ketika melakukan pembelian Shiau dalam Budi et al (2019).

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi penjualan. Promosi merupakan hal yang sangat penting dalam mencuri perhatian para konsumen. Dengan sebuah promosi yang dilakukan mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan akan membuat suatu perusahaan dikenal oleh para konsumen. Pemilihan sarana promosi harus dipertimbangkan dengan baik karena menarik atau tidaknya suatu promosi akan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu kegiatan pemasaran dalam sebuah perusahaan. Menurut Purwana dkk dalam Widia et al (2021) promosi adalah proses pengenalan atas produk kepada konsumen khususnya pada produk baru.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti tertarik untuk mengetahui beberapa variabel seperti kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dengan penelitian yang mendukung seperti di bawah ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Walukow et al (2014) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. Penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Gerung et al (2017), Agustina et al (2018) dan Aditi & Hermansyur (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Purwanti P et al (2020) menunjukkan hasil bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Abdjul et al (2018) dan Tarmidi et al (2021) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Brata et al (2017) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Walukow et al (2014), Gerung et al (2017), Anindita et al (2020), dan Sugiono & Widiastutik (2021) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan untuk kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di tunjukkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2019) yang menjelaskan bahwa variabel kualitas produk dan variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian namun disisi lain variabel inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis, salah satu hal dapat dijadikan keunggulan yang kompetitif dari sebuah perusahaan adalah keputusan pembelian dari para konsumennya. Proses keputusan pembelian dari para konsumen merupakan suatu hal yang tidak mudah. Untuk membeli sebuah produk konsumen tentu akan mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, seta beberapa atribut yang tidak berwujud yaitu harga, kualitas, dan layanan. Seorang pemilik usaha memiliki peran yang sangat banyak seperti fokus menawarkan produk pada konsumen, selain itu perusahaan juga memiliki peran yang tidak kalah penting yaitu fokus dengan para konsumennya.

Pada persaingan bisnis yang sangat ketat ini, memang seharusnya para pelaku usaha mempunyai strategi yang akan di gunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini sangat penting dilakukan oleh perusahaan, karena

jika minat beli tumbuh pada diri konsumen yang akhirnya akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, dan bahkan secara otomatis akan berpengaruh pada peningkatan volume penjualan sebuah perusahaan. Dan akan berpengaruh sebaliknya, jika keputusan pembelian pada diri konsumen rendah, akan mempengaruhi penurunan volume penjualan yang mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Oleh sebab itu sebuah perusahaan harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan perusahaan pesaing sehingga dapat menarik konsumen untuk sekedar mencoba kemudian mengambil keputusan untuk membeli. Pembelian roti pada toko kue ganezza bakery juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi kualitas produk, inovasi produk, maupun promosi penjualan. Seorang konsumen juga akan sangat berhati-hati untuk memperhatikan kualitas produk yang akan dibeli, apakah produk tersebut aman dan berkualitas untuk dikonsumsi ataupun menggunakan bahan-bahan yang berbahaya bagi konsumen atau tidak.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah teruraikan, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang?
4. Apakah kualitas produk, inovasi produk, dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditemukan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi penjualan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang ilmu manajemen, khususnya dibidang marketing dan memberikan tambahan informasi kepada peneliti di bidang manajemen pemasaran serta sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian tentang keputusan pembelian. Diharapkan pula dapat membangkitkan minat dan semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis dari teori dan kenyataan dalam praktek. Dalam teori berarti penguasaan penulisan terhadap pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan. Dalam praktek berarti akan menambah pengetahuan penulis dalam kegiatan perusahaan yang sebenarnya.

3. Bagi Pengusaha

Sebagai bahan masukan bagi pihak Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, inovasi produk, dan promosi penjualan. Sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.