

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis di Indonesia sudah semakin pesat, dilihat dari banyaknya persaingan antar pelaku usaha pada dunia perdagangan membuat semua bidang usaha yang ada di Indonesia mengalami kemajuan dan persaingan. Dalam persaingan bisnis pelaku usaha dituntut untuk menciptakan strategi.

Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan atau pebisnis adalah dengan membuat produk yang mempunyai kualitas tinggi serta mampu memenuhi keinginan konsumen. Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan pesat dan mengalami perubahan secara terus menerus baik dibidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga berpengaruh terhadap pola perilaku persaingan bisnisnya. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis.

Dunia Bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan perusahaannya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produksi atau jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaingnya (Wardhani, 2010). Kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah. Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, khususnya di bidang *food and berage*, maka untuk dapat memenangkan persaingan sekaligus agar dapat bertahan, oleh karena itu perusahaan harus melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga, yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting, antara lain yaitu kualitas makanan dan fasilitas yang diberikan.

Produk berkualitas dan produk yang selalu melakukan inovasi perkembangan dapat menciptakan citra merek yang baik dibenak konsumen, yang mana produk tersebut cenderung lebih dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian sehingga produk tersebut memiliki peluang besar untuk menguasai pangsa pasar. Produsen makanan seperti Bakso Mbak Uus tidak luput dalam menghadapi situasi persaingan yang ketat dan perlu adanya strategi guna mengatasi permasalahan tersebut.

Bakso Mbak Uus merupakan sebuah usaha yang didirikan pada tahun 2019 yang dahulu usahanya hanya warung bakso sederhana, dan sekarang sudah berkembang pesat, serta telah mempunyai beberapa cabang di Palembang. Bakso Mbak Uus ini beralamat di Jl. RE Martadinata Kel II Ilir Palembang, dan telah memiliki cabang yang ke 2 yang beralamat di Jl. Sersan Kko Usman Ali No.1457 Rt 15 Rw. 05 Kel. Sungai Buah Kec. Ilir Timur II Palembang

Berdasarkan data dari Bakso Mbak Uus, adapun terdapat daftar harga menu makanan dan minuman yang dijual sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Menu Makanan dan Minuman Bakso Mbak Uus Palembang**

<b>Makanan</b>	<b>Harga</b>	<b>Minuman</b>	<b>Harga</b>
Bakso B, Aja	Rp 12.000	Es Teh	Rp 5.000
Bakso Daging Cincang	Rp 15.000	Es Kopi	Rp 5.000
Bakso Lumer	Rp 15.000	Es Jeruk	RP 5.000
Bakso Telur	Rp 15.000	Es Susu	Rp 8.000
Bakso Ranjau	Rp15.000	Jus Mangga	Rp 10.000
Bakso Super	Rp 20.000	Es Kacang Merah	Rp 8.000
Bakso Iga Sapi	Rp 40.000	Es Kacang Tape	Rp 8.000
Bakso Lobster	Rp 45.000	Es Cincau	Rp 8.000
Bakso Spesial Lanjutan Tabel 1	Rp 45.000	Es Cincau	Rp 10.000
Bakso Tulang Sum Sum	Rp 50.000	Es Pokat Kocok	Rp 10.000

Sumber: Bakso Mbak Uus, 2022

Seperti yang terlihat pada gambar 1.1 di bawah ini. Beginilah kondisi di waroeng Bakso Mbak Uus. Ada 8 meja 24 kursi yang bisa menampung para pembeli, kemudia terdapat juga hiasan–hiasan dinding serta ada spot foto juga yang bisa digunakan oleh para pengunjung.



**Gambar 1.1 Interior dan Eksterior Bakso Mbak Uus Palembang**  
Sumber: Bakso Mbak Uus Palembang, 2022

Kualitas Produk dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai ciri dari suatu produk yang memiliki pengaruh untuk memberikan kepuasan bagi konsumen, sehingga memberikan nilai positif bahwa produk tersebut adalah produk terbaik. Menurut penelitian yang dilakukan Shahrudin, dkk., (2011), yang digunakan untuk mengukur kualitas produk makanan (*food quality*) terdapat empat dimensi, yang antara lain adalah kesegaran yang merupakan salah satu unsur kesegaran makanan, kesegaran merupakan salah satu faktor kualitas yang perlu difokuskan oleh tim manajemen dalam industry makanan dalam rangka untuk melayani pelanggan mereka pada standar yang tepat tampilan atau bentuk penyajian makanan. Hal ini bagian dari syarat nyata dan berhasil dengan menyajikan makanan dan dihias dengan baik dapat merangsang timbulnya persepsi kualitas dari pelanggan. *Taste* (rasa) yang merupakan rasa dari makanan itu sendiri. Setiap manusia memiliki kesempatan untuk mencicipi rasa yang berbeda dari makanan diseluruh dunia. Rasa makanan bermacam-macam tergantung budaya dan

lokasi geografis. Inovasi makanan (*innovative food*) merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti pencampuran bahan satu dengan bahan lainnya, variasi rasa. Lundvall dalam Shahrudin, dkk., (2011), telah mendefinisikan inovasi sebagai “proses yang berkelanjutan meninggalkan, mencari, dan mengeksplorasi yang menghasilkan produk-produk baru”.

**Tabel 1.2**  
**Hasil Penjualan Waroeng Bakso Mbak UusPalembang**

<b>Tahun</b>	<b>Target Penjualan Perbulan</b>	<b>Total Penjualan Pertahun</b>
<b>Januari 2021</b>	<b>Rp 7.000.000</b>	<b>Rp 84.000.000</b>

Sumber : Bakso Mbak Uus, 2022

Promosi yang digunakan oleh Waroeng Bakso Mbak Uus Yaitu promosi yang dilakukan lewat media sosial seperti instagram.

Memberikan Keputusan bagi konsumen adalah tujuan akhir dari suatu pemasaran yang dilakukan oleh Bakso Mbak Uus. Maka dari itu keputusan konsumen merupakan asset yang berharga dalam menciptakan keunggulan daya saing kuliner, disisi lain konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan kepada kerabat, teman atau orang lain dan besar potensi untuk melakukan pembelian ulang ditempat yang sama. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bakso Mbak Uus Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah ditemukan di atas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu:

1. Berapa besar kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli pada Bakso Mbak Uus Palembang ?
2. Indikator Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian manakah yang paling dominan pada Waroeng Bakso Mbak Uus Palembang ?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, agar dalam pembahasan laporan ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka penulis hanya membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Bakso Mbak Uus Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **a. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mbak Uus Palembang.

#### **b. Manfaat Penelitian**

Adapun Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya

##### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis sehingga dapat melaksanakan kegiatan penelitian ilmiah ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang memerlukan.

##### **2. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi berbagai pihak yaitu bagi usaha kecil menengah yang membutuhkan informasi dengan tema yang sejenis yang berkaitan dengan penelitian ini.

##### **3. Bagi perusahaan**

Penelitian ini memberikan informasi yang disertai saran bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen serta variabel manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

##### **4. Bagi Akademis**

Diharapkan sebagai penambahan wawasan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai referensi.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada konsumen yang berkunjung pada Bakso Mbak Uus Palembang Milik Bapak As- Sidiq yang lokasi di Jalan RE Martadinata Kelurahan Sungai Buah Kecamatan Ilir Timur II Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam data yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung melalui objeknya yang bersifat asli untuk tujuan tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut, data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dilakukan kepada pemilik Bakso Mbak Uus dan melakukan pengumpulan data dengan membuat kuesioner yang kemudian disebar kepada orang-orang yang pernah mengonsumsi Bakso Mbak Uus Palembang

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, laporan, jurnal, internet serta beberapa hasil penelitian terdahulu, data yang didapat dari Bakso Mbak Uus adalah data produk bakso, data pendapatan hasil penjualan pertahun.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam kegiatan pengumpulan data, penulis melakukan riset lapangan dan riset kepustakaan yaitu dengan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

## 1. Riset Lapangan

### a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2017:157).

Untuk mendapatkan data yang lengkap, penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Bakso Mbak Uus dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan pada saat penelitian.

### b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono 2018:219)". Untuk memperoleh data-data penelitian, penulis melakukan penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden.

## 2. Riset Kepustakaan

Berdasarkan riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data-data atau informasi yang ada kaitannya dengan masalah-masalah yang sedang dibahas untuk menganalisa masalah yang ada, melalui buku-buku dan jurnal.

### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

#### a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018:80), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Populasi pada penelitian ini adalah pembeli/konsumen yang pernah atau sedang melakukan pembelian di Bakso Mbak Uus Palembang yang tidak diketahui jumlah populasinya karena jumlah pengunjung yang berada di Bakso Mbak Uus ini tidak menentu di setiap harinya sehingga tidak dapat ditentukan secara pasti jumlah populasi yang menjadi target dari penilaian ini, maka untuk menghitung jumlah populasi dan sample penulis menggunakan Teori Roscoe.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu. Untuk menentukan jumlah sample dari populasi yang tidak diketahui maka penulis menggunakan teori Roscoe.

Teori Roscoe (1975), memberikan beberapa panduan untuk menentukan ukuran sample yaitu:

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- b. Jika sampel dipecah ke dalam sub-sampel (pria/wanita, junior/senior), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
- c. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan control eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20 buah.



Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis menggunakan point A untuk menghitung sample sebanyak 100 orang.

### **1.5.5 Teknik Pengambilan Sample**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Sampling* accidental. Menurut Sugiyono (2010:85), *sampling accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### **1.5.6 Teknik Analisis Data**

Analisis data digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan data-data yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

#### **1. Analisis Data kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam numeric (Yusi dan Indris, 2016:108). Data kualitatif dalam penelitian ini mengenai gambaran dari kepuasan masyarakat dan kualitas dari Bakso Mbak Uus Palembang. Data tersebut didapatkan dari hasil jawaban responden yang ada pada kuesioner yaitu berdasarkan 7 cakupan kriteria dan variable yang disiapkan dengan beberapa penilaian berdasarkan angka koefisien sebagai acuan.

#### **2. Analisis Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka) yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio (Yusi dan Idris, 2016:108). Penulis menggunakan analisa kuantitatif sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah responden terhadap kuesioner yang diberikan. Hasil yang diperoleh dari kuesioner akan dihitung menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiono (2016:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur, sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada Skala Likert terdapat 5 alternatif jawaban yang akan dipilih responden. setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Skala Pengukuran Likert**

<b>NO</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
<b>1.</b>	Sangat Puas (SP)	5
2.	Puas (P)	4
3.	Cukup Puas (CP)	3
4.	Kurang Puas (KP)	2
5.	Tidak Puas (TP)	1

Sumber : Sugiyono, 2016:136

Skala Likert ini digunakan untuk dijadikan pilihan jawaban kuesioner untuk responden. Hasil jawaban dari responden itu akan diolah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

### **1.5.7 Model Analisis**

Model yang digunakan untuk penelitian ini adalah menggunakan persentase dari jawaban responden. Untuk melihat persentasi jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner maka digunakan rumus Indeks Skor (IS). Menurut Ridwan (2006:18), rumus perhitungan Indeks Skor yaitu:

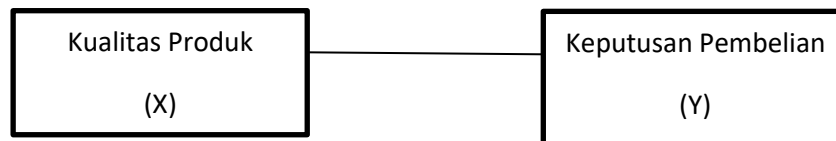
$$IS = \frac{\text{Total skor penelitian}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

**Tabel 1.4**  
**Keterangan Interpretasi Skor**

No.	Skor Angka (%)	Interpretasi
1.	0-20	Sangat Lemah
2.	21-40	Lemah
3.	41-60	Cukup
4.	61-80	Kuat
5.	81-100	Sangat Kuat

### 1.5.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2017:60). Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai skema di bawah ini.



### 1.5.9 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Berikut adalah tabel penjelasan tiap variabel yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 1.5**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Sumber</b>
<b>Kualitas Produk (X)</b>	1. Kesesuaian	Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.  Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.	<b>Kotler dan Keller (2012:178)</b>
	Ketahanan	Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.	
	Kehandalan	Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula	
	Kesan Kualitas	Persepsi pelanggan terhadap kualitas secara keseluruhan atau keunggulan suatu produk atau jasa dibandingkan dengan produk atau jasa lain dan dalam kaitannya dengan tujuan yang diharapkan	
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Tujuan dalam membeli Produk	Alasan yang mendorong konsumen dalam pembelian antara lain harga, kualitas makanan, pelayanan, dan tempat	
	Pemrosesan informasi sampai ke pemilihan merek	Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mulai terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak, Pertama, penguatan perhatian. Level ini menunjukkan situasi pencarian bersifat lebih ringan, hanya sekedar lebih peka pada informasi produk. Kedua, aktif mencari informasi.	

	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Suatu saran atau anjuran dari seseorang terhadap orang lain. Saran atau anjuran ini bisa berupa rekomendasi untuk menentukan pilihan terhadap penggunaan suatu produk yang telah dirasakan manfaatnya oleh orang yang memberikan saran tersebut	
	Melakukan pembelian ulang	Kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa adanya niat dari pelanggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama.	

