

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis dibidang kuliner dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Kualitas produk merupakan hal penting bagi setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Produk yang dapat diterima konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tingkat kecacatan produk yang seminimal mungkin. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan yang sama sekali tidak memperhatikan kualitas dari produknya, sama saja dengan bunuh diri atau tidak peduli dengan masa depan dari perusahaan tersebut. Kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada produk, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen.

Penelitian oleh Soegihartono (2020), menyimpulkan bahwa untuk mencapai keberlangsungan usaha dengan meningkatkan kualitas produk yang lebih bagus dengan memberikan produk sesuai dengan yang diharapkan atau dibutuhkan konsumen, menambah kapasitas produk, mengikuti kegiatan-kegiatan UMKM untuk menambah jejaring sosial, menambah pengetahuan dan menjaga kualitas produk. Selanjutnya pada penelitian oleh Saputra (2020), menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan di *Senja Coffe and Memories* dilihat dari tampilan produk, proses produksi dan konsistensi rasa selalu diutamakan dan terus ditingkatkan karena

meninggalkan kesan yang tidak terlupakan oleh konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen meningkat dan konsumen tersebut akan datang kembali untuk membeli produk yang dijual oleh Senja *Coffe and Memories*.

Saat membeli sebuah produk, seorang konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi konsumen juga membeli manfaat atau keunggulan yang diperoleh dari produk yang dibelinya. Menurut Sry Lestari dalam artikel umkm Indonesia.id (2022), bisnis kuliner yang sedang berkembang dan memiliki prospek yang bagus dalam jangka panjang adalah usaha angkringan. Angkringan merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yang mempunyai konsep dan ciri khas semacam warung makan dengan gerobak kayu yang ditutupi dengan terpal. Biasanya angkringan buka dari sore hingga malam hari. Awalnya usaha angkringan hanya dapat ditemukan di Yogyakarta, Solo, Klaten dan sekitarnya. Namun, saat ini warung angkringan juga bisa dengan mudah kita temukan di berbagai wilayah lain di Indonesia. Salah satunya adalah Angkringan Dapoer Budhe Palembang yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya, Lorok pakjo kecamatan ilir barat I.

Terdapat keunikan pada jam operasional yang dimiliki oleh Angkringan Dapoer Budhe, tidak seperti angkringan pada umumnya yang mempunyai jam operasional di sore hari sampai tengah malam, Angkringan Dapoer Budhe ini justru beroperasi di siang hari mulai pukul 11.00 Wib sampai dengan sore hari. Keunikan pada jam operasional tersebut menjadikan usaha ini banyak mendapatkan sorotan terlebih kepada mahasiswa dan anak kos yang tinggal disekitar lokasi Angkringan Dapoer Budhe Palembang. Selain terdapat keunikan pada jam operasional yang membedakan Angkringan tersebut dengan pesaing yang memiliki jenis usaha yang sama, semua produk makanan yang mereka pasarkan memiliki harga yang ramah terlebih untuk kantong pelajar. Selain harganya yang murah, menu yang mereka sajikan memiliki banyak variasi yang beragam, mulai dari nasi bakar dengan beberapa varian isian, sate-satean seperti; kulit ayam, ceker ayam, hati dan ampela ayam, tahu dan tempe mendoan, kerang, dan beberapa jenis sosis-sosisan kekinian. Semua produk sate-satean dan sosis-sosisan akan dibakar dengan menggunakan

bumbu yang kaya akan rempah-rempah khas Indonesia sehingga akan cocok di lidah semua kalangan konsumen.

Untuk jenis ukuran usaha angkringan yang dikenal sebagai tempat nongkrong dengan konsep lesehan, pemilihan tempat usaha Angkringan Dapoer Budhe Palembang ini terbilang kurang strategis karena sempit dan juga panas terlebih tempat usaha mereka bergabung dengan beberapa usaha kuliner yang lain, sehingga untuk sebagian orang akan merasa kurang nyaman. Namun memiliki lokasi yang sempit dan panas ternyata tidak menjadi penghambat bagi terjalannya usaha mereka karena setiap hari Angkringan ini selalu ramai dikunjungi pelanggan dengan mayoritas mahasiswa dan anak kos yang berada disekitar tempat berjualan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pelanggan terutama mahasiswa yang berkumpul untuk mengantri dan memilih produk makanan yang mereka pasarkan tersebut setiap jam makan siang sehingga produk mereka cepat habis dan banyak juga pelanggan yang tidak kebagian. Bahkan terkadang mereka menambah jumlah porsi produk mereka perharinya untuk meminimalisir pelanggan yang kecewa karena tidak kebagian produk. Banyak nya variasi menu yang mereka tawarkan menjadi salah satu alasan mengapa Angkringan tersebut selalu ramai pembeli.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Analisis Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Dapoer Budhe”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah “Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Dapoer Budhe Palembang?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pembahasan dibatasi agar lebih mengarahkan dan tidak menyimpang dalam penulisan yang akan dibahas, yaitu pada analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada Angkringan Dapoer Budhe, dalam hal ini studi kasus pelanggan pada Angkringan Dapoer Budhe Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan Laporan Akhir ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Angkringan Dapoer Budhe Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Laporan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti serta dapat langsung mempraktekkan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Laporan ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi kepada perusahaan untuk menjaga dan mempertahankan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini adalah menggunakan Pendekatan Metode Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), data Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur

menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan Data Kuantitatif. Dilansir dari *NSW Government Education*, data kuantitatif adalah informasi berupa sekumpulan angka yang dapat dihitung atau dibandingkan pada skala numerik. Data Kuantitatif cenderung terstruktur dan cocok digunakan untuk analisis statistik.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data yang dikumpulkan untuk penyusunan Laporan Akhir diperoleh dengan observasi dan menyebarkan angket (kuesioner) kepada konsumen di Angkringan Dapoer Budhe Palembang

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang diperoleh dari berbagai macam referensi seperti jurnal-jurnal, buku dan hasil penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2018), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung yang disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran yang dilakukan secara langsung di Angkringan Dapoer Budhe Palembang, untuk memperoleh data yang mana peneliti mencatat aktivitas-aktivitas yang terjadi dan melihat secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dan penjual.

2. Riset Lapangan (*Field Research*)

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam. Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung kepada Pemilik Usaha (*Owner*) Angkringan Dapoer Budhe Palembang terkait hal – hal yang berhubungan dengan topik yang sedang diteliti.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden. Menurut Sugiyono (2017), Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini dimaksud untuk memperoleh informasi tertulis dari respon mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian. Data kuisisioner dikumpulkan secara langsung, hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang benar-benar objektif. Data kuisisioner bersifat tertutup, yakni pertanyaan dibuat sedemikian rupa sehingga jawaban responden terbatas pada salah satu alternatif jawaban yang disediakan.

3. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2012), studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

Peneliti juga mengumpulkan dan menggunakan buku-buku literatur ataupun bahan pustaka, kemudian mencatat atau mengutip pendapat para ahli yang ada di dalam buku tersebut untuk memperkuat landasan teori dalam penelitian.

1.5.4 Populasi dan Sampel atau Keyinformant

a. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), populasi sebagai wilayah umum yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *sampling insidental*. Sugiyono (2016), menyatakan bahwa *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok

sebagai sumber data. Responden pada penelitian ini adalah semua konsumen atau pelanggan yang berada dilingkungan Angkringan Dapoer Budhe Palembang dan sedang menikmati produk makanan pada Angkringan Dapoer Budhe Palembang.

b. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya.

Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Nilai Standart z pada kepercayaan 95% atau sig. 0,05 = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Untuk mendapatkan sampel tersebut maka perhitungan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden. Kemudian dibulatkan menjadi 96 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

Arikunto (2014), menyebutkan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka lebih baik di ambil semua, besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti.

c. *Keyinformant*

Menurut Moleong (2005), *keyinformant* adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan. Pada penelitian ini, peneliti memilih *owner* atau pemilik usaha sebagai pemberi informasi yang berkaitan dengan penelitian ini melalui wawancara secara langsung.

1.5.5 Analisis Data

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

1. Uji Validitas

Sugiyono (2018), menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Sugiyono (2018:177), validasi menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validasi sebuah item, kita mengkorelasi skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.

3. Uji t (Parsial)

Adapun hipotesis uji t adalah :

Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ha : Ada pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Dengan dasar pengambilan keputusan :

- a. Membandingkan statistik hitung dengan statistic tabel : jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima artinya kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Menggunakan taraf signifikan $> 0,05$ maka Ho diterima, artinya kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika taraf signifikan $< 0,05$, maka Ho ditolak artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Analisis Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (Uji R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Namun jika nilainya mendekati satu, maka variabel - variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

5. Analisis Regresi Sederhana

Digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dengan variabel lain. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu :

a. Variabel Independen atau Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2017), Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini variabel X adalah kualitas produk.

b. Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Menurut Hamid, Darmadi (2013), Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel Y adalah keputusan pembelian.

Menurut Sugiyono (2014), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Subjek dalam variabel dependen diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan independen. Bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

6. Korelasi

Menurut Priyatno (2012), analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel. Dalam perhitungan korelasi akan didapat koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antar dua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi berkisar antar -1 sampai 0 atau 0 sampai 1. Jika nilai koefisien korelasinya semakin mendekati 1 atau -1, maka hubungan antara dua variabelnya akan semakin erat. Tetapi jika mendekati 0, maka hubungannya semakin lemah. Setelah melakukan uji koefisien korelasi, untuk menentukan keeratan hubungan antar variabel, dapat ditentukan dengan kriteria berikut:

Tabel 1.1
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Sugiyono,2016)