

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini persaingan dunia bisnis di Indonesia telah berkembang semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya persaingan antar pelaku usaha, sehingga membuat semua bidang usaha mengalami peningkatan dalam dunia bisnis, para pelaku usaha harus memiliki strategi bisnis dalam setiap pemasarannya. Strategi pemasaran ini merupakan perencanaan di bidang pemasaran yang dapat memberikan pedoman tentang setiap kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut dan dapat dilakukan dengan membuat iklan, program promosi, program produk, dan distribusi. Salah satu strategi pemasaran yang dapat memenangkan persaingan ini dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan salah satu aspek strategi pemasaran. Elemen-elemen dari perbauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikenal dengan sebutan 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), tempat/lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*) merupakan variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk membuat sebuah strategi pemasaran menjadi semakin berkembang pesat. Dengan menggunakan strategi pemasaran ini maka dapat membuat para konsumen memiliki rasa ingin tahu terhadap barang dan akhirnya terjadilah keputusan untuk membeli barang tersebut.

Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan final yang dilakukan seorang konsumen untuk membeli suatu barang yang sebelumnya telah melakukan berbagai pertimbangan-pertimbangan dalam membeli barang tersebut. Sebelum membeli barang tersebut ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang tersebut yaitu, dengan mengetahui terlebih dahulu tentang informasi produk, kualitas produk, harga produk, melihat dari segi promosi yang menarik, layanan *customer servis* yang baik, testimoni dari pembeli lain. Selain itu juga terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian barang, yaitu kemantapan membeli yang sebelumnya setelah mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi produk tersebut, lalu setelah itu memutuskan untuk

membeli karena merek produk yang telah disukai, tentunya membeli produk karena kebutuhan ataupun keinginan membeli produk, adapun juga di rekomendasikan oleh orang lain. Maka dari itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Inovasi produk harus selalu di tingkatkan agar dapat menarik minat beli konsumen untuk membeli barang tersebut dan memberikan kesan yang baik pada barang tersebut seperti, karakteristik produk, jenis produk yang ditawarkan, manfaat produk, hubungan harga dan produk, serta kualitas produk.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Karena setiap konsumen ingin mendapatkan produk yang memiliki kualitas yang baik dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Kualitas produk ini juga hal yang paling penting dan harus diusahakan oleh setiap perusahaan untuk bersaing di pasar. Dengan selalu meningkatkan kualitas produk yang baik sehingga memberikan beberapa manfaat seperti meningkatnya reputasi perusahaan, dapat meningkatkan minat pembeli. Maka dari itu kualitas produk merupakan peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, konsumen juga telah sadar akan pentingnya setiap kualitas barang yang di beli. Dengan melalui kualitas produk maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu bisnis makanan yang sering dijumpai oleh masyarakat adalah kue ulang tahun. Salah satu tempat usaha yang menjual kue ulang tahun adalah “Del\_Cakes”

Del\_Cakes ini merupakan usaha kue yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan menjual berbagai macam dan bentuk kue ulang tahun, yang dimana kue-kue tersebut memiliki ciri khas tersendiri di setiap bentuk kue nya, seperti memiliki rasa manis pada kue yang sedang, terdapat beberapa pilihan karakter kue nya mulai dari *lunch box cake* ukuran 10 cm, *cup cake*, *half cake*, *cake pop ice cream*, *sweet corner* ( *pie susu*, *pudding*, *mashmallow lollipop*, *cakepop lollipop*), *cake full fondant*, *semi fondant*, *buttercream*, selain itu juga kue ini memiliki tekstur yang lembut dan halus, serta memiliki aroma kue yang lezat karena menggunakan bahan-bahan yang berkualitas bagus. Maka dari itu kue dapat dipesan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, biasanya konsumen memesan kue ini dikarenakan untuk

acara reuni, rapat, arisan, sebagai buah tangan ucapan terima kasih, serta merayakan ulang tahun. Dengan harga yang relatif murah setara dengan kualitas kue yang telah di buat. Karena, dengan menjual cake yang diminati banyak konsumen dapat meningkatkan volume penjualan pada usaha Del\_Cakes ini. Berikut ini adalah data penjualan pada Del\_Cakes selama 3 tahun belakang, mulai dari 2020 sampai dengan 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan Del\_Cakes**  
**Tahun 2020 sampai 2022**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>
2020	Rp 42.998.000
2021	Rp 44.004.000
2022	Rp 95.879.000

Sumber : Del\_Cakes, 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa selama tahun 2020-2022 mengalami peningkatan setiap tahunnya. peningkatan ini dikarenakan usaha yang didirikan sudah cukup lama, kemudian banyak yang memberikan testimoni bahwa kue tersebut enak dan memiliki bentuk yang menarik. dari testimoni tersebut maka semakin banyak masyarakat tahu tentang Del\_Cakes ini. Del\_Cakes juga sudah memperhatikan mengenai kesesuaian produk yang dijual mulai dari, penampilan, bentuk, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa. Del\_Cakes memiliki kualitas produk yang beragam terlihat dari produk yang di hasilkan sangat menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk memakannya, karena dibuat dengan bahan-bahan yang aman tanpa adanya bahan pengawet. oleh karena itu dalam 1 tahun, Del\_Cakes berhasil menarik 400 pembeli. hal ini menunjukkan bahwa Del\_Cakes sudah sangat baik dalam menarik minat beli konsumen untuk membeli produk Del\_Cakes.

berdasarkan uraian-uraian di atas penulis berkeinginan untuk mengetahui lebih mendalam mengenai pemasaran yang dilakukan oleh usaha Del\_Cakes yaitu dalam hal kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Del\_Cakes"**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, pada rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah “Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Del\_Cakes?”

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Supaya dalam penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas penulisan adalah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Del\_Cakes.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan, berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah “untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Del\_cakes”

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian khususnya bidang Administrasi Penjualan dan sekaligus dapat menjadi media untuk mencoba mengaplikasikan ilmu yang dimiliki.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi usaha Del\_Cakes untuk melakukan perubahan-perubahan dengan meningkatkan kualitas produk untuk memperbanyaknya keputusan pembelian oleh konsumen.

#### **3. Bagi Pihak lain**

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bacaan bagi mahasiswa dan mahasiswi agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan

serta sebagai bahan informasi atau masukkan untuk penelitian lebih lanjut.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada bidang Administrasi Penjualan terhadap kualitas produk dan keputusan pembelian pada Del\_cakes.

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

Jenis data yang penulis gunakan dalam penyusunan laporan ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Menurut Yusi dan Idris (2016:109) data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara membuat kuesioner yang kemudian disebarakan kepada konsumen Del\_Cakes untuk mendapatkan. Data yang berkaitan dengan judul penelitian .

#### **b. Data Sekunder**

Menurut Yusi dan Idris (2016:109) data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data ini diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, internet, laporan, jurnal, literatur dan sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut seperti, tujuan, visi dan misi usaha tersebut, serta informasi mengenai usaha data lainnya yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

### **1.5.3 Variable Penelitian**

Variable penelitian adalah segala sesuatu yang akan dijadikan objek pengamatan penelitian. Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasioanal variable penelitian. Secara rinci

operasionalisasi variable penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variable independent (variabel bebas), yaitu variabel yang berdiri sendiri pada variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X).
2. Variabel Dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau tergantung pada variabel bebas (independent). Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional**

<b>Variable</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X)	kualitas produk adalah salah satu alat penting bagi pemasara untuk menetapkan posisi, mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasaran mula-mula harus memilih tingkat mutu yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna</li> <li>2. Penampilan</li> <li>3. Porsi</li> <li>4. Bentuk</li> <li>5. Temperatur</li> <li>6. Tekstur</li> <li>7. Aroma</li> <li>8. Tingkat kematangan</li> <li>9. Rasa</li> </ol>	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan untuk menggunakan produk</li> <li>2. Keinginan untuk memiliki produk</li> <li>3. Ketertarikan pada produk tersebut</li> <li>4. Meluangkan waktu untuk mendapatkan produk</li> <li>5. Mengetahui fungsi produk dengan baik</li> </ol>	Ordinal

### 154 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian kali ini yang dapat menunjang Penulis dalam pengumpulan data yaitu:

**a. Riset lapangan**

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dengan cara:

**1. Observasi**

Menurut Sugiyono (2020:203) observasi adalah suatu Teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung suatu objek yang di teliti. Observasi dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan ini Del\_Cakes.

**2. Wawancara**

Menurut Sugiyono (2020:195) wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pemimpin atau pihak yang berwenang atau pihak lain yang berhubungan secara langsung dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara terhadap objek yang diteliti yaitu para responden.

**3. Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2020:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu persatu kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen Del\_Cakes untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan judul penelitian.

**b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)**

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data dari perusahaan yang berkaitan dengan objek.

### 1.5.5 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:148) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen Del\_Cakes selama 1 tahun 400 dari data wawancara.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:149). Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 100 sampel dari konsumen Del\_Cakes per satu tahun.

#### c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumusan Slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400 (0,01)}$$

$$n = \frac{400}{4,01}$$

$n = 99,75$  dibulatkan menjadi 100

Keterangan :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Taraf Kesalahan (10%)

Dengan rumus yang diatas, dapat dihitung berapa jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu sebanyak 100 Responden



### 1.5.6 Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik (Yusi dan Idris 2016:108). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan.. Penulis akan melakukan perhitungan hasil kuesioner dengan memanfaatkan aplikasi SPSS dengan melakukan pengujian di bawah ini:

#### 1. Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Validasi digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kemudian menentukan terhadap konsep apakah valid maka dicari nilai  $r$  table dengan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka butir atau pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table, maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid.

#### 2. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya atau diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode *cronbach alpha*, dimana suatu instrument dikatakan reliable jika memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,60 atau lebih.

#### 3. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variable bebas secara individual terhadap variable terikat, kriteria pengujian sebagai berikut:

- a.  $H_0: b = 0$ , artinya terdapat tidak pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- b.  $H_a: b \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk

terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan adjusted  $R^2$  untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. Pemilihan adjusted  $R^2$  tersebut karena adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Kelemahannya adalah bisa terhadap jumlah variabel independen maka  $R^2$  pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, menggunakan nilai adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi. Nilai adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila jumlah variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2011:45). Rumus untuk menghitung Koefisien Determinan (KD) yaitu:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

#### 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Del\_Cakes, maka akan di gunakan kuesioner dan dihitung menggunakan rumus regresi linear sederhana yang ditunjukkan seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta dari persamaan regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

X = Kualitas Produk

#### 6. Skala Pengukuran

Rumus perhitungan kuesioner dan kriteria interpretasi skor digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan, 2011:38). Skala Likert terdapat lima alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada dengan menggunakan skor 1-5.

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

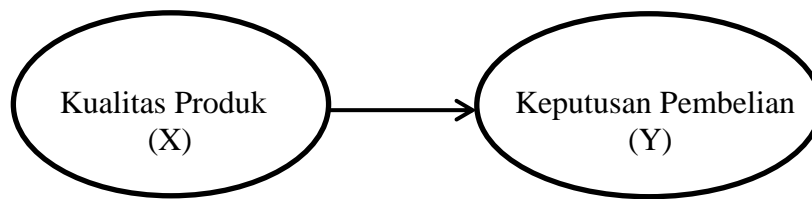
Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Riduwan, 2011

## 7. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini terdiri atas variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) dan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). teknik ini menggambarkan regresi sederhana dimana teknik tersebut akan menguji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:187) Analisis regresi sederhana dipergunakan untuk menelaah hubungan antar dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Jadi dalam penelitian ini variabel yang menjadi objek penelitian yaitu:

1. Variabel Bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu Kualitas Produk (X).
2. Variabel Terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y).



**Gambar 1.1**  
**Konseptual Kerangka Berpikir**

## 8. Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiono (2018: 99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasari pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesisi sebagai berikut:

- a.  $H_0: b = 0$ , artinya terdapat tidak pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- b.  $H_a: b \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.