

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perekonomian menjadi salah satu sektor penting dalam perkembangan dan keberadaan suatu negara. perkembangan perekonomian di Indonesia mempunyai potensi untuk mengembangkan angka persentase perekonomian seperti yang dikatakan oleh Wakil Menteri Keuangan Suahasil Nazara Indonesia masih berpotensi untuk mencapai pertumbuhan ekonomi diatas 5% pada tahun 2024. Salah satu kunci tercapainya angka pertumbuhan tersebut yakni pada konsumsi masyarakat (Nazara, 2024). Jadi untuk pertumbuhan 2024, kementerian keuangan itu masih melihat potensi kita tumbuh di sekitar 5,2%. Kunci dari Indonesia jika ingin tumbuh di angka 5,2% itu adalah di konsumsi. Konsumsi kita harus bisa di atas 5% dan lebih baik jika di atas 5,2%, sehingga konsumsinya itu yang akan menjadi penggerak (kemenku, 2024). Selain konsumsi potensi berikutnya yaitu peran dari perusahaan sangat diperlukan untuk mendorong perekonomian Nasional karena dengan begitu, dunia usaha akan lebih banyak menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran, kemiskinan serta meningkatkan kesejahteraan rakyat (Menko Perekonomian, 28 Mei 2014)

Perusahaan sebagai salah satu sektor pendukung perekonomian di Indonesia karena secara nasional, industri atau perusahaan menciptakan produktivitas dan peningkatan kualitas lapangan kerja DS Mega (2020) Optimalisasi industri membutuhkan regulasi yang kondusif, kesempatan berusaha, ketersediaan sumber daya, iklim investasi dan usaha yang sehat, serta ketersediaan SDM industri. (Amalia, 2022). Usaha terbagi menjadi beberapa bagian seperti usaha skala kecil, menengah dan besar. Usaha skala kecil, menengah dan besar adalah usaha yang menyediakan produk, barang ataupun jasa sesuai dengan bentuk usaha itu sendiri contohnya usaha yang berbentuk manufaktur yaitu perusahaan yang menyediakan produk yang

dibutuhkan oleh pasar seperti bahan-bahan makanan atau minuman, sedangkan usaha yang berbentuk jasa yaitu usaha yang menyediakan layanan jasa seperti salon, pelaku usaha yang ingin usahanya terus berkembang dan banyak dikenal oleh kalangan masyarakat sebaiknya melakukan strategi dalam membangun usahanya salah satunya yaitu strategi pemasaran.

Perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Para pelaku bisnis kuliner harus menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Wahyuningtias (2013) mengatakan bahwa kualitas dari sebuah produk yang memiliki keunggulan dan kelebihan akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian karena konsumen yakin dengan kualitas baik dari sebuah produk yang telah dipilihnya sehingga hal ini sangat berpengaruh secara positif pada keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Sudah banyak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat dijumpai di kota Palembang UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan suatu individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga oleh karena itu bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang sangat digemari. Salah satu strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha yaitu menjaga kualitas produk yang mereka jual.

Rose Cookies adalah salah satu UMKM di Palembang yang menawarkan makanan kue kering untuk lebaran, tempat usaha kue ini berlokasi di Jalan Sersan Kko Badarudin, Kecamatan Ilir Timur II, Kelurahan sungai buah, Kota Palembang Sumatera Selatan, Rose Cookies menyediakan berbagai macam jenis kue kering seperti lidah kucing, nastar, skipi, putri salju dan masih banyak jenis-jenis kue yang lainnya maka dari itu banyak konsumen yang tertarik untuk membeli kue lebaran disana

Produk kue yang dihasilkan oleh toko kue Rose Cookies terdiri dari berbagai macam varian kue seperti kue skipi yang terbuat dari adonan kacang, kue nastar yang diisi dengan selai nanas, kue kastengel dengan cita rasa yang gurih, dan masih banyak lagi, bahan baku yang digunakan aman untuk konsumen dan bebas dari zat berbahaya bagi kesehatan, oleh karena itu ketahanan kue cukup lama bisa mencapai 6-12 bulan, Toko Kue Rose Cookies juga menyediakan berbagai macam kemasan seperti toples ukuran kecil dengan berat kisaran 300-400 gram per toples, toples ukuran besar dengan berat kisaran 4-8 kg per toples dan wadah mica dengan berat 500 gram per kemasan dengan begitu konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli kue sesuai dengan keinginannya, berikut ini data pendapatan selama tiga tahun belakang

Tabel 1.1

Daftar Omset Penjualan

Toko Kue Rose Cookies Periode 2021-2023

No	Tahun	Jumlah Omset
1.	2021	Rp 70.000.000

2.	2022	Rp 72.000.000
3.	2023	Rp 80.000.000

Sumber: Toko Kue Rose Cookies, 2023

Berdasarkan data yang penulis peroleh dapat dilihat dari table 1 bahwa toko kue Rose Cookies mendapatkan keuntungan yang besar yaitu ditahun 2021 sebesar Rp. 70.000.000, pada tahun 2022 meningkat sebesar Rp. 72.000.000 salah satu faktor meningkatnya penjualan toko kue Rose Cookies karena mengeluarkan kue kering varian baru yang unik, berbeda serta rasa yang enak seperti Palm cookies, Strawberry cheese, Nastar klepon dan pada tahun 2023 omset penjualan pada toko kue Rose Cookies mengalami peningkatan pesat sebesar Rp. 80.000.000 karena pada tahun 2023 toko kue Rose Cookies menyediakan hampers dengan kemasan yang menarik dan ternyata cukup banyak pemminatnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kue Rose Cookies”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dan sesuai dengan penelitian yang penulis akan lakukan pada Toko Kue Rose *Cookies* maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan yaitu apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Toko Kue Rose *Cookies*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah agar dalam pembahasan masalah yang ada akan lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan pembatasan masalah terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada Kualitas produk, dan keputusan pembelian konsumen Toko Kue Rose

Cookies. Alasan tersebut dipilih karena kualitas produk diduga mempunyai kontribusi besar terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulis laporan akhir ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Kue Rose *Cookies*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis, dapat menerapkan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan, menambah pengalaman dalam bidang pemasaran serta bertambahnya wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kepuasan konsumen.
- b. Bagi perusahaan, sebagai sarana masukan guna mengetahui dimana harus melakukan perbaikan dan pengembangan dalam usaha untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan.
- c. Bagi akademis, hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Kue Rose Cookies yang beralamat di Jalan Sersan Kko Badarudin, Lr Demilangka I, Rt 25, Rw 04.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data secara langsung yaitu dengan survei ke lapangan dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha Toko Kue Rose Cookies.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (dalam Hamel, 2013:277), bahwa data sekunder merupakan data yang tidak langsung diberikan pada pengumpul data, misalnya dokumen. Dengan begitu data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dan dapat berupa dokumen. Dalam hal ini peneliti menggunakan data sekunder berupa jurnal, buku, artikel, web.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini sebagai berikut:

a. Riset Lapangan

Riset lapangan adalah proses pengumpulan data langsung dari sumbernya di lokasi atau tempat yang relevan dengan topik penelitian dalam hal ini penulis melakukan 2 cara sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari reponden (Yusi dan Idris, 2019: 22). Selain mengumpulkan data dengan metode riset lapangan, penulis juga mengumpulkan dengan mewawancarai pemilik usaha Rose Cookies.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, Sugiyono (2018: 219).

Dalam hal ini penulis memberikan kuesioner kepada konsumen Toko Kue Rose Cookies.

b. Riset Kepustakaan (Library Research)

Dalam riset pustaka ini penulis akan mengambil data informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang ada dengan menggunakan buku-buku, literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini dan artikel dari internet.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh konsumen Rose Cookies.

2. Sampel

Sampel adalah subyek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Jumlah sampel yang akan diteliti pada konsumen Toko Kue Rose Cookies menggunakan rumus Ferdinand dengan alasan jumlah konsumen yang tidak menentu setiap harinya. Dengan ketentuan untuk ukuran sampel yang layak dengan menggunakan rumus Ferdinand adalah antara 30 sampai dengan 500. Jumlah sampel adalah 5-10 dikali jumlah indikator (Ferdinand, 2006). Bila indikator variabel berjumlah 14, maka jumlah sampel minimumnya adalah

$$\begin{aligned} n \text{ minimum} &= 10 \times \text{jumlah indikator} \\ &= 14 \times 10 \\ &= 140 \end{aligned}$$

1.5.5 Operasionl Variabel

Tabel 1.2
Definisi Operasional

Variable	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah salah satu hal yang dipertimbangkan oleh para konsumen untuk dijadikan bahan makanan adalah dengan mengedepankan kualitas-kualitas yang ada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk (Form) 2. Fitur (Feature) 3. Penyesuaian (Customization) 4. Kualitas Kinerja (Performance Quality) 5. Kualitas kesesuaian (Conformance Quality) 6. Ketahanan (Durability) 7. Keandalan (Reliability) 8. Kemudahan Perbaikan (Repnirability) 9. Gaya (Style) 10. Desain (Design) 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Hasil akhir dari pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli produk dengan pertimbangan tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk 2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai 3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan 4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain. 	Ordinal

1.5.6 Uji Hipotesis

Menurut Yusi & Idris (2016: 125) hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang dihadapi. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Selanjutnya untuk hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

Diduga variabel Kualitas Produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Toko Kue Rose Cookies.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian.

1.5.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan dijadikan objek pengamatan penelitian. Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang harapan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara rinci operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

2. Variabel Independen (Variabel Bebas), yaitu variabel yang berdiri sendiri atau tidakbergantung pada variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X).
3. Variabel Dependen (Variabel Terikat), yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau tergantung pada variabel bebas (independen). Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah minat pembeli (Y).

1.5.8 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh melalui perhitungan dan jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternatif jawaban pada skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2018: 152), skala *Likert* digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, skala Likert memiliki kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 1.3
Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2018

1.5.9 Analisis Data

Metode Deskriptif Kuantitatif

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasil (Arikunto, 2006).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018: 15), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik kuantitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko kue Rose Cookies dengan cara menyebarkan kuesioner kepada

responden kemudian responden menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapat masing-masing.

Adapun dalam mengelola data penulis akan melakukan perhitungan hasil kuesioner menggunakan aplikasi SPSS dengan Analisa sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (dalam Paramitha 2015: 4) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam melakukan uji validitas digunakan alat bantu program komputer SPSS.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini sesuai dengan pendapat Ferdinand (dalam Paramitha, 2015: 4) yang menjelaskan bahwa sebuah scale atau instrument pengukur data dan data yang dihasilkan tersebut reliable atau terpecahya apabila instrument itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Dalam melakukan perhitungan Alpha digunakan alat bantu program komputer SPSS, dan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,600 Ghazali (dalam Paramitha, 2015: 4).

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan predictor sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan Response. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (Simple Linear Regression) juga merupakan satu diantara metode statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas.

Persamaan regresi linier dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

Dimana:
$$Y = a + b(X)$$

Y = Variabel Terikat (Keputusan pembelian)

X = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

a = Konstan

b = Koefisien regresi