

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha memasuki persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan konsumen. Berbagai jenis usaha dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat atau konsumen melalui sarana dan prasarana yang lebih baik. Persaingan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Oleh sebab itu para pelaku usaha yang menghasilkan barang atau jasa dituntut untuk dapat mempunyai kualitas produk yang baik dan melakukan inovasi terhadap produknya guna meningkatkan keunggulan bersaing pada sebuah perusahaan.

Pada pelaku bisnis juga yang harus ditanggap dalam membaca peluang usaha yang ada di pasar, salah satunya persaingan usaha toko roti. Bisnis roti dan kue atau bakery menjadi salah satu bisnis kuliner yang cukup banyak dicoba dan diminati oleh pengelola usaha. Roti merupakan makannya yang pada umumnya berbahan dasar utama tepung terigu dan air, yang difermentasikan dengan ragi, tetapi ada juga yang tidak menggunakan ragi. Namun dengan adanya kemajuan teknologi manusia membuat roti diolah dengan berbagai bahan seperti garam, minyak, mentega dan telur untuk menambahkan kadar protein di dalamnya sehingga di dapat tekstur dan rasa tertentu. Toko roti merupakan bisnis yang membutuhkan keunggulan bersaing yang tinggi, karena tingginya tingkat persaingan pada sektor ini.

Menurut Sufi dalam (Pratama dkk, 2023:957) roti kini menjadi salah satu makanan pokok bagi masyarakat kalangan remaja dan anak-anak, roti kini mulai menggeser kedudukan nasi sebagai sumber karbohidrat utama. Saat ini pasar roti di Indonesia mempunyai potensi yang luar biasa, meskipun roti bukanlah makanan pokok, namun minat konsumen roti terus meningkat. Sejalan dengan perkembangannya bisnis roti di Indonesia, menyebabkan perkembangan usaha roti yang kian banyak bermunculan, yang menyebabkan persaingan di pasar ini yang semakin ketat.

Ujung tombak perusahaan yaitu pemasaran harus dilakukan dengan baik dan tepat waktu untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dengan menghindari sekecil mungkin hal-hal yang inefisiensi. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan dipasaran.

Dengan semakin berkembangnya industri dan wisata kuliner di Kupang, pada saat ini terdapat beberapa tempat yang memproduksi roti yang menawarkan produk roti salah satu Queen Roti. Queen Roti memiliki tiga varian rasa diantara rasa goreng, bakar dan bakpau, oleh karena itu Queen Roti harus bersaing dengan produksi roti lain yang ada di Kota Kupang. Untuk itu Queen Roti melakukan strategi dalam pemasaran agar dapat bersaing dengan produksi

roti sejenis lainnya itu. Dengan cara menciptakan kualitas produk roti terbaik untuk membuat konsumen tidak berpaling ke tempat lain produksi roti babi.

Minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana kemudian timbulah ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat membeli produk tersebut. Minat beli menurut Alma (2014:96) adalah sebuah stimuli yang menimbang factor keuangan, kebiasaan konsumen yang dipadu teknologi, agar dapat bertahan dan berkembang, serta mampu berkompetisi dalam persaingan bisnis.

Kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012:121) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan keinginan konsumen.

Harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler & Keller (2016:115) menyatakan bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proposal nilai dari suatu produk.

Tabel 1.1
Data Pendapatan Penjualan Roti Babi Di Queen Roti Liliba
2021-2023

No	Bulan	Tahun 2021 (Rp)	Tahun 2022 (Rp)	Tahun 2023 (Rp)
1	Januari	61.000.000	79.000.000	77.000.000
2	Februari	75.000.000	81.000.000	75.000.000
3	Maret	79.000.000	78.000.000	79.000.000
4	April	72.000.000	79.000.000	76.000.000
5	Mei	69.000.000	75.000.000	75.000.000
6	Juni	74.000.000	78.000.000	80.000.000
7	Juli	76.000.000	86.000.000	76.000.000
8	Agustus	73.000.000	79.000.000	79.000.000
9	September	64.000.000	83.000.000	77.000.000
10	Oktober	84.000.000	76.000.000	78.000.000
11	November	86.000.000	90.000.000	89.000.000
12	Desember	87.000.000	91.000.000	89.000.000
Jumlah		900.000.000	975.000.000,00	950.000.000,00

Sumber : Queen Roti Liliba

Dari data diatas dapat dianalisis bahwa pendapatan penjualan roti babi di queen roti pada tahun 2021 sebesar Rp. 900.000.000,00 dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar Rp. 975.000.000,00, lalu mengalami penurunan kembali pada tahun 2023 sebesar Rp. 950.000.000,00. Dengan adanya data diatas dapat disimpulkan pendapatan dari penjualan roti babi di queen roti liliba mengalami kenaikan dan penurunan. Tentunya upaya yang

dilakukan oleh queen roti untuk meningkatkan minat beli, dan mempertahankan kualitas produk supaya konsumen tetap setia pada produk yang ditawarkan.

Berdasarkan tabel diatas perlu dilakukan penelitian karena masih adanya kesenjangan atau perbedaan hasil peneliti sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Thomas Anditora dan Ahmadun (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Tas Sam Collection Di Jakarta Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Tas Sam Collection Di Jakarta Timur.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Bahtiar Efendi¹, Jimi Sarrono¹ & Eni Candra Nurhayati¹ (2023) dengan judul Pengaruh Harga, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Tempe Di Pasar Garung Kabupaten Wonosobo (Study Kasus Konsumen Tempe Di Pasar Garung Kabupaten Wonosobo). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji pengaruh harga t hitung 2.068 dan t tabel 1.659. persepsi pengaruh harga berpengaruh positif terhadap minat beli. uji variasi produk t hitung 5.505 dan t tabel 1.659 persepsi pengaruh variasi produk berpengaruh positif terhadap minat beli uji kualitas produk t hitung 2.303 dan t tabel 1.659 persepsi pengaruh kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli Hipotesis 3 ekspektasi berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Roti Babi Di Queen Roti Liliba**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan data pendapatan penjualan di queen roti liliba dari tahun 2021-2023, queen roti mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun 2023. Penurunan pendapatan ini disebabkan minat beli konsumen pada roti babi yang menurun, oleh karena itu berdasarkan masalah yang ada, perlu diketahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Roti Babi Di Queen Roti Liliba.

1.3. Persoalan Penelitian

Berdasarkan judul diatas maka, persoalan yang akan penulis teliti dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba?

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba.

2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba.

2. Manfaat Penelitian

Adapun masalah penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

a. Manfaat Akademik

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pada khususnya fakultas ekonomi universitas Kristen artha wacana kupang.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu masukan guna meningkatkan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran khususnya mengenai dunia pemasaran.