

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor inilah, maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Menurut Saragih & Wico J Tarigan (2020) keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Menurut Wulandari & Sampouw (2020) niat untuk membeli adalah tahap sebelum keputusan pembelian dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Setiap keputusan pembelian tersebut memiliki struktur komponen yang berbeda (Wulandari & Sampouw, 2020). Kebutuhan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualan, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan tentang cara pembayaran.

Kotler dan Armstrong (2012) juga menyatakan bahwa, “Purchase decision is the buyer’s decision about which brand to purchase” yang artinya bahwa Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual

melakukan pembelian produk. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep-konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan konsumen.

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam pengambilan suatu keputusan pembelian, yaitu: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Setelah Pembelian.

Kemudian, menurut Muliani & Wardhani (2020) faktor pendorong yang sangat kuat dalam mengambil keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sejumlah orang memiliki keterlibatan dalam pengambilan keputusan pembelian. Orang yang memiliki keterlibatan dalam pengambilan keputusan pembelian adalah: initiator, influencer, decider, buyer, dan user.

Keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, dan kegiatan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Sedangkan bagi konsumen yang merasa tidak puas akan bertindak sebaliknya, dan berusaha untuk mengurangi ketidaksesuaian, misalnya dengan mengabaikan produk tersebut.

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Tjiptono (2012:315) harga bisa diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dana tau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Tabel.1.1Data Penjualan Roti Borneo Bakery 2018-2022.

NO	Tahun	Jumlah Penjualan Roti (Rp)	Presentase
1	2018	802.045.800.00	-43%
2	2019	456.954.700.00	-
3	2020	595.600.000.00	30%
4	2021	683.796.780.00	14%
5	2022	962.566.820.00	40%

Sumber Data : Borneno Bakery Kota Kupang

Dari data tabel diatas, dapat dilihat bahwa data penjualan yang didapatkan oleh roti Borneo Bakery mengalami penurunan dan peningkatan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2018 dan tahun 2019 jumlah penjualan roti Borneo Bakery mengalami peningkatan sebesar -43%, pada tahun 2019 dan tahun 2020 mengalami penurunan

sebesar 30%, pada tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 14%, Pada tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 40%. Dibandingkan dengan tahun 2020 dengan tahun 2021 ini mengalami penurunan sebesar 14%. Penurunan ini kemungkinan disebabkan oleh menurunnya kualitas produk, tidak kompetitifnya harga, atau munculnya pesaing baru, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara negatif. Tahun 2018 ke 2019 justru mengalami peningkatan penjualan sebesar -43%. Peningkatan ini mengindikasikan adanya perbaikan kualitas roti, penyesuaian harga yang lebih sesuai dengan daya beli konsumen, atau strategi promosi yang lebih efektif, sehingga meningkatkan minat beli konsumen di Borneo Bakery.

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian. Berikut ini dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Pertama, penelitian oleh Haque (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. Kesimpulannya hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kedua, penelitian oleh Vania Rosselivia (2022) yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Amelia Bakery & Cake Bengkulu). Kesimpulannya hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Toko Amelia Bakery & Cake Bengkulu.

Ketiga, penelitian oleh Rachmi (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk sari Roti. Kesimpulannya hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Sari Roti.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik melakukan suatu penelitian dengan judul :**'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Borneo Bakery Kota Kupang .**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas tersebut maka, rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Borneo Bakery Kota Kupang.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian di atas maka yang menjadi persoalan penelitian adalah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Borneo Bakery Kota Kupang ?''
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Borneo Bakery Kota Kupang ?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Borneo Bakery Kota Kupang?
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Borneo Bakery Kota Kupang?

1.4.2 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang didapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan informasi, gambaran dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Roti Borneo Bakery demi pembangunan ilmu pengetahuan umumnya dan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

b. Manfaat Praktis

Berguna untuk menambah pengetahuan penulis dalam masalah khususnya tentang kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Roti Borneo Bakery Di Kota Kupang .

