

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, dunia bisnis selalu mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan perkembangan era globalisasi. Hal ini dapat ditinjau dari semakin tingginya taraf persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasanya kepada konsumen, tak terkecuali pada bidang kuliner seperti kerupuk. Kerupuk merupakan produk olahan yang berbahan dasar tepung tapioka. Pada umumnya kerupuk merupakan makanan pendamping bagi masyarakat Indonesia dan juga banyak disenangi oleh semua kalangan masyarakat baik anak-anak, remaja, dewasa, bahkan lansia.

Di pasaran terdapat beragam jenis kerupuk, rasa serta bentuk yang bervariasi, mulai dari yang berbentuk stik sampai yang berbentuk rantai. Para pelaku bisnis kerupuk bersaing dalam memasarkan produk yang mereka miliki untuk dapat dikenal dan diminati oleh para konsumennya. Oleh sebab itu, seorang produsen perlu memahami beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seorang konsumen pada suatu produk.

Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai sumber-sumber yang ada dan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga mengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah membeli (Irawan, 2005:105). Menurut Kotler (2005:220), keputusan pembelian yaitu keputusan yang diambil oleh konsumen dalam pilihan membeli atau tidak terhadap suatu produk yang dijual.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh tindakan dari dua atau lebih alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan (Manap, 2016:247). Berdasarkan jurnal hasil penelitian Dana (2015), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mebel CV Jati

Endah Lodoyo), dibuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian furniture di CV Jati Endah Lodoyo, Blitar. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157), “Keputusan Pembelian adalah kegiatan yang dilakukan individu secara langsung untuk memperoleh dan menggunakan suatu produk barang atau jasa. Hal ini menjadi pendorong agar pemasar dapat memahami perilaku konsumen, karena perilaku pembelian dapat diprediksikan sehingga strategi pemasaran dapat dipersepsikan secara tepat”.

Oleh sebab itu perusahaan harus mampu memahami dua karakteristik produk, yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen juga harus mampu dalam berinovasi untuk membangun produk yang baik dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Perusahaan yang tidak dapat memahami selera yang diinginkan oleh konsumen, maka perusahaan tersebut akan mengalami kegagalan dalam pemasaran serta penjualan produknya.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012:283). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam persaingan di dunia industri, perusahaan dengan kualitas produk paling baik lah yang akan lebih berhasil dalam jangka waktu yang panjang, dibandingkan dengan perusahaan lain yang memiliki kualitas produk lebih rendah. Menurut hasil pra survei yang telah dilakukan penulis, diperoleh simpulan dari segi kualitas produk memiliki kendala, antara lain beberapa produk yang remuk dan kurang mekar ketika digoreng (bantet).

Tabel 1.1
Tabel Hasil Pra Survei Kualitas Produk

No.	Tanggapan/Keluhan	Responden
1	Terkadang kerupuk bantet atau tidak mekar ketika digoreng.	4 Responden
2	Kerupuk mentahnya dibeberapa merek remuk di dalam kemasan.	6 Responden
	Jumlah Responden	10 Responden

Sumber: Hasil Wawancara Lapangan, 2021.

Aspek yang perlu diperhatikan selain kualitas produk ialah kualitas pelayanan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2007:260) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi.

Bagi perusahaan yang berkecimpung di bidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal krusial. Murdick, et al (dalam Assegaf, 2015:47) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari definisi di atas bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah strata kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga bisa didefinisikan menjadi sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan penulis, diperoleh kesimpulan dari segi kualitas pelayanan pula memiliki kendala, di mana sering terjadinya keterlambatan pengiriman serta terkadang jumlah produk yang dikirimkan tidak sesuai dengan permintaan.

Tabel 1.2
Tabel Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan

No.	Tanggapan/Keluhan	Responden
1	Pelayanannya baik, namun pengiriman sering terlambat atau tertunda.	7 Responden
2	Jumlah produk yang dikirimkan kadang tidak sesuai dengan permintaan	3 Responden
	Jumlah Responden	10 Responden

Sumber: Hasil Wawancara Lapangan, 2021.

Toko kerupuk Yurian Jaya terletak di kelurahan Duren Jaya, Bekasi Timur. Adalah sebuah usaha kuliner yang bergerak pada industri toko dan berdiri pada tahun 2002. Toko kerupuk Yurian Jaya menyediakan berbagai macam jenis kerupuk mentah, plastik, bumbu dan peralatan penggoreng. Di mana sebagian besar pelanggannya ialah seorang penggoreng kerupuk, yang kemudian mendistribusikan kerupuk matang hasil gorengannya ke rumah makan, warung-warung maupun pasar tradisional. Namun dalam setahun terakhir, toko kerupuk Yurian Jaya mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dan dapat dibuktikan pada tabel berikut.

Tabel 1.3
Tabel Data Penjualan

Data Penjualan Kerupuk Toko Kerupuk Yurian Jaya Tahun 2018-2020				
No	Nama Kerupuk	Tahun/(Bal)		
		2018	2019	2020
1	Mawar	36,072	40,585	41,243
2	Rantai	45,400	47,122	45,825
3	Rambak	48,627	51,030	46,380
4	Mie	19,420	15,500	16,210
5	Gendar/Puli	12,420	15,982	12,377

Sumber: Toko kerupuk Yurian Jaya, 2021

Data Penjualan Kerupuk Toko Kerupuk Yurian Jaya Tahun 2018-2020				
No	Nama Kerupuk	Tahun/(Bal)		
		2018	2019	2020
6	Bawang	16,800	18,305	18,770
7	Udang	16,825	13,620	12,055
8	Stik	43,348	42,390	40,479
9	Makaroni	38,462	40,785	41,875
10	Selondok	19,298	20,473	16,320
Jumlah		296,672	305,792	291,534

Sumber: Toko kerupuk Yurian Jaya, 2021

Pada tabel di atas menunjukkan jumlah data penjualan kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya, pada tahun 2019 toko Kerupuk Yurian Jaya Bekasi mampu menjual kerupuk sebanyak 305.792 bal menjadi 291.534 bal, dengan persentase penurunan sebesar 4,66%. Yang mana toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi memiliki target penjualannya yaitu 300.000 bal/Tahun.

Berdasarkan latar belakang serta data penjualan di atas, di mana toko Kerupuk Yurian Jaya Bekasi dalam penjualannya mengalami fluktuasi di tiga tahun terakhir. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk (Studi Kasus Pada Toko Kerupuk Yurian Jaya, Bekasi Timur)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai uraian di atas, maka rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.
2. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.
3. Untuk mengetahui bersama sama apakah dari kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerupuk di toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan peneliti tentang ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dan mengimplementasi dari teori yang didapat selama perkuliahan berlangsung. Dengan kasus yang terjadi di lapangan, tentang pengaruh kualitas produk dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk pada toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.

2. Bagi Instansi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan agar perusahaan dapat terus menarik minat konsumen dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Mengingat begitu banyak dan kompleksnya permasalahan yang harus di pecahkan, maka pada penelitian ini dibatasi hanya mengenai:

1. Apakah pengaruh persepsi Kualitas Produk di toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.
2. Apakah pengaruh persepsi Kualitas Pelayanan di toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.
3. Apakah pengaruh persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di toko kerupuk Yurian Jaya Bekasi Timur.

1.5 Sistematika Pelaporan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk membantu dalam memberikan gambaran secara umum dalam penelitian yang akan dilakukan secara garis besar sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, serta sistematika pelaporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan uraian tentang landasan-landasan teori dari para ahli dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Di samping itu, juga terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan uraian tentang pengujian dan analisis dari hasil temuan yang diperoleh selama penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan-simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran yang kiranya dapat diterima dan bermanfaat bagi perusahaan.