

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner saat ini berkembang dengan sangat pesat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan beragam. Permintaan akan makanan dan minuman yang unik serta beragam semakin meningkat, mendorong para pelaku bisnis kuliner untuk menciptakan berbagai konsep dan inovasi dalam produk mereka. Para pengusaha kuliner kini tidak hanya fokus pada cita rasa yang lezat, tetapi juga pada tampilan yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, berbagai jenis makanan, minuman, hingga jajanan ditawarkan dengan harga yang bervariasi, disesuaikan dengan segmen pasar yang ingin dijangkau, mulai dari kalangan menengah hingga atas.

Setiap bisnis khususnya dalam industri kuliner, perlu memiliki strategi yang efektif untuk bersaing dan menarik perhatian konsumen agar dapat terus berkembang. Untuk itu, bisnis perlu memiliki pendekatan yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ada berbagai cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendorong pertumbuhannya, seperti meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki desain interior tempat usaha, serta memperluas jangkauan promosi. Selain itu, hal yang tak kalah penting adalah menciptakan produk yang mampu menarik minat banyak konsumen, agar mereka tertarik untuk membeli dan terus kembali. Dengan langkah-langkah tersebut, sebuah bisnis dapat terus tumbuh dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif (Arifin 2019).

Perkembangan industri makanan, khususnya di sektor *Bakery*, semakin pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dan mencari kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Borneo *Bakery* salah satu usaha *Bakery* yang ada di Kota Kupang telah menjadi pilihan banyak konsumen untuk membeli berbagai produk roti dan kue. Keberhasilan Borneo *Bakery* dalam menarik perhatian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor produk itu sendiri, tetapi juga oleh berbagai aspek lain seperti kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh konsumen.

Dalam industri kuliner keputusan pembelian menjadi indikator utama keberhasilan sebuah perusahaan. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi dengan Perusahaan. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan. Keputusan pembelian juga merupakan serangkaian proses pengambilan keputusan yang dilakukan seseorang untuk sampai pada penentuan pilihan atas produk yang akan dibelinya, sehingga akan mendorong konsumen untuk membeli suatu produk (Pramadhika 2020). Setiap konsumen memiliki kriteria tersendiri dalam memilih produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap pelaku usaha untuk memahami bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk dapat mempengaruhi keputusan tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Susanti (2017) mengungkapkan bahwa kualitas termasuk hal yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk, dimana produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pembeli. Kualitas suatu produk mengacu pada kapasitas barang dalam menyediakan fungsi yang sesuai atau lebih dari harapan pembeli. Maka, kualitas suatu barang memiliki urgensi yang besar dalam melakukan proses transaksi. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik, baik dari segi rasa, tekstur, maupun penampilan. Produk yang konsisten dalam kualitasnya akan membangun loyalitas pelanggan dan menciptakan citra positif bagi merek tersebut. Kualitas layanan seperti pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional, juga memiliki dampak besar dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani konsumen dengan baik, sehingga mampu memberikan rasa puas kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa. Kualitas yang rendah akan mempengaruhi Perusahaan, karena jika konsumen merasa kurang puas atau pelayanan yang diberikan maka kemungkinan besar para konsumen akan menggunakan jasa Perusahaan lain (Qorika *et al.* 2022). Layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Kualitas layanan meliputi beberapa aspek, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta kenyamanan tempat saat berbelanja. Jika

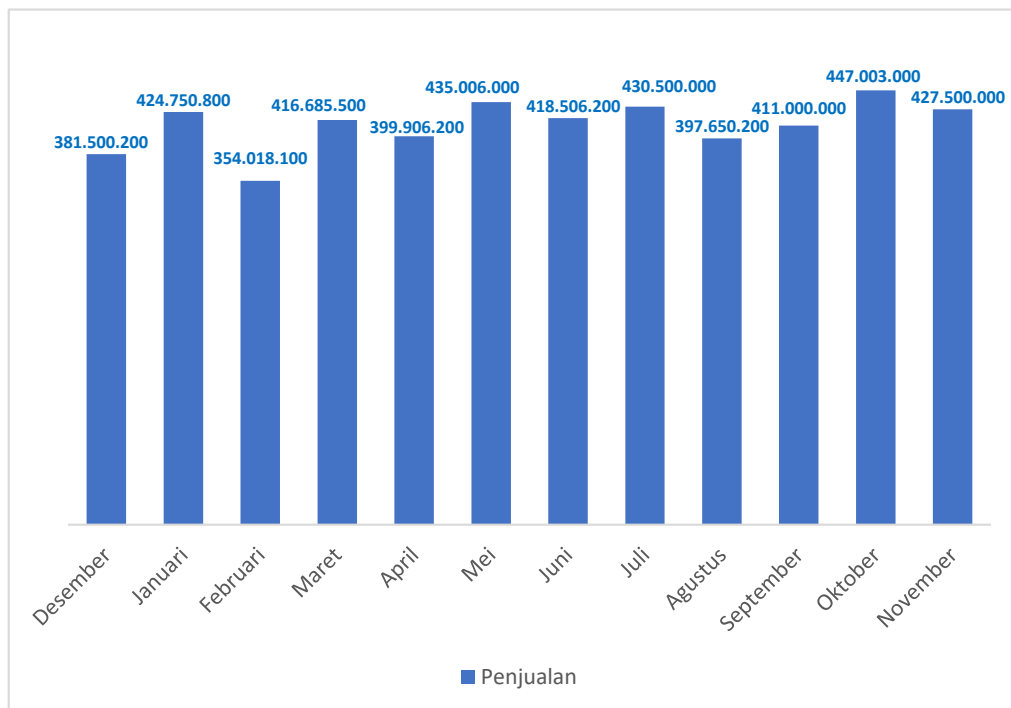
konsumen merasa dihargai dan layani dengan baik, mereka akan kembali membeli produk pada toko tersebut.

Persepsi harga merupakan penilaian konsumen terhadap harga yang ditawarkan oleh Penjual dan bagaimana harga tersebut dibandingkan dengan produk lain, sehingga dapat diterima dan dipertimbangkan. Dengan harga yang telah ditentukan serta diperhitungkan berdasarkan harga pesaing, sebuah produk atau layanan memiliki tarif yang sebanding dengan nilai serta keuntungan yang diberikan. Hal ini dapat mendorong konsumen untuk merasa nyaman dan melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan (Qorika *et al.* 2022). Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan sangat penting untuk menjaga kepuasan konsumen. Konsumen biasanya akan membandingkan harga dengan kualitas yang mereka terima. Jika harga produk dianggap terlalu mahal atau tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, konsumen mungkin akan beralih ke tempat lain yang menawarkan harga lebih terjangkau atau produk dengan kualitas yang lebih baik. Sebaliknya, harga yang dianggap adil dan sebanding dengan kualitas dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk lebih sering.

Simamora & Fatira (2019) Keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artinya kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut di setiap toko. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka. Semakin banyak pilihan produk yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen untuk

menemukan produk yang sesuai dengan selera atau kebutuhan mereka. Borneo Bakery menawarkan berbagai jenis roti, kue, dan cemilan lainnya yang dapat dipilih sesuai dengan preferensi konsumen.

Gambar 1.1
Data Penjualan Borneo Bakery Desember 2023 - November 2024



Sumber: Data Penjualan Borneo Bakery

Berdasarkan diagram 1.1 menunjukkan fluktuasi data penjualan Borneo Bakery dalam kurung waktu 1 tahun dari bulan Desember 2023 hingga Novemberr 2024. Diagram batang ini menyajikan data penjualan Borneo Bakery selama periode Desember 2023 hingga November 2024. Setiap bulan menunjukkan angka penjualan yang bervariasi, mencerminkan dinamika bisnis sepanjang tahun. Penjualan tertinggi tercapai pada bulan Oktober dengan total Rp 447.003.000, sementara penjualan terendah tercatat pada bulan Februari

sebesar Rp 354.018.100. Ketidak stabilan ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang perlu dievaluasi dan dioptimalkan guna mencapai tingkat penjualan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Penurunan yang terjadi ini, menjadi perhatian untuk evaluasi strategi pemasaran atau faktor seperti kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga dan keragaman produk yang mungkin belum optimal, sehingga perlu ditinjau lebih lanjut agar meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

Dengan memahami dan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, *Borneo Bakery* diharapkan mampu merancang strategi pemasaran dan layanan yang lebih unggul. Dalam persaingan bisnis yang semakin dinamis, pemahaman mendalam mengenai kebutuhan serta referensi pelanggan menjadi kunci penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk *Borneo Bakery*.

Untuk mengidentifikasi fenomena yang sudah dijelaskan, dilakukan pra survei terhadap 20 konsumen *Borneo Bakery* guna mengetahui pendapat mereka mengenai kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk. Survei ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai pengalaman konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk di *Borneo Bakery*. Berdasarkan hasil survei, 9 orang berpendapat bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang memuaskan, mulai dari cita rasa yang khas hingga bahan baku yang segar.

Sebaliknya, 11 responden merasa kualitas produk masih dapat ditingkatkan, khususnya dalam aspek inovasi varian dan konsistensi rasa.

Terkait kualitas layanan, sebanyak 8 responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, terutama dalam hal keramahan staf dan kecepatan pelayanan. Namun, 12 responden berpendapat bahwa layanan masih kurang optimal, dengan alasan staf tidak selalu responsif dan sistem antrean yang perlu diperbaiki agar lebih efisien.

Persepsi harga juga menjadi perhatian penting, Sebanyak 7 responden menganggap harga produk di *Borneo Bakery* sesuai dengan kualitas yang diterima. Sementara itu, 13 responden merasa harga yang ditawarkan masih terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing yang menyediakan produk serupa dengan harga yang lebih bersaing. Terkait keragaman produk, hanya 6 responden yang menyatakan puas dengan variasi yang tersedia. Pendapat 14 responden, mengharapkan lebih banyak pilihan, mulai dari variasi roti modern hingga produk inovatif yang mengikuti tren kuliner terkini.

Memahami faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk dapat menjadi fondasi penting bagi *Borneo Bakery* dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Dengan memenuhi ekspektasi konsumen, *Borneo Bakery* tidak hanya dapat mempertahankan pelanggan setia tetapi juga memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat di Kota Kupang.

Selain fenomena masalah yang dijelaskan, penelitian ini dilakukan karena adanya kesenjangan dari penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh

Kahfie *et al.* (2023) hasilnya menunjukkan kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Diko *et al.* (2022) menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, penelitian Handayani & Rahayu (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang positif serta penting kepada keputusan pembelian. Sedangkan hasil berbeda yang diperoleh dari penelitian Cynthia *et al.* (2022) menyatakan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Hartati (2021) menyatakan persepsi harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian berbeda dilaporkan dari Budiono (2020) menyatakan persepsi harga tidak berdampak penting terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Dwi Apriliani *et al.* (2022) keragaman produk memiliki dampak yang penting kepada keputusan pembelian. Sedangkan hasil berbeda yang berasal dari penelitian Ulfami & Saino (2020) menunjukkan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian Fenomena masalah dan penelitian terdahulu di atas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Borneo Bakery Di kota Kupang**”

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, keragaman produk dan keputusan pembelian produk Borneo *Bakery* di Kota Kupang ?
2. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Borneo *Bakery* di Kota Kupang ?
3. Apakah kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Borneo *Bakery* di Kota Kupang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan kegiatan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, keragaman produk dan keputusan pembelian produk Borneo *Bakery* di Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Borneo *Bakery* di Kota Kupang.
3. Untuk mengetahui signifikansi kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga dan keragaman produk secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Borneo Bakery* di Kota Kupang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi / peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan sebagai acuan ilmiah dan rujukan strategi bagi berbagai pihak yang ingin melakukan observasi maupun penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang. Secara khusus, penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dalam bidang manajemen bisnis, terutama pada aspek manajemen pemasaran, sehingga dapat mendukung pengembangan teori maupun praktik yang relevan dengan kebutuhan dan tantangan di era moderen.

2. Bagi Praktisi Bisnis *Borneo Bakery*

Penelitian ini bermanfaat bagi *Borneo Bakery* sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, dan keragaman produk guna meningkatkan loyalitas konsumen. Bagi pelaku usaha lain, penelitian ini memberikan wawasan untuk memahami kebutuhan konsumen dan menciptakan inovasi bisnis.