

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk tidak hanya mencakup aspek fisik seperti rasa, kemasan, dan harga, tetapi juga melibatkan pengalaman emosional dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan produk tersebut. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan, konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya enak tetapi juga berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi.

Menurut Kotler dan Keller (2009). Memahami pengaruh kualitas produk, pemilik usaha dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan dalam membeli, melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, citra merek, harga dan promosi.

Sehingga faktor tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan ketika konsumen melakukan pembelian agar dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atas produknya.

Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan laporan industri makanan, sektor UKM di Indonesia, khususnya di bidang makanan dan minuman, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2023, kontribusi sektor ini terhadap PDB mencapai 61,2% dengan pertumbuhan tahunan sebesar 6,1% (BPS, 2023). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Blitar, sektor usaha makanan dan minuman (UMKM pangan) pada tahun 2023 memiliki peran signifikan dalam perekonomian kota tersebut. Namun, di sisi lain, persaingan yang ketat di pasar lokal membuat banyak UKM, termasuk Dea Bakery, menghadapi tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar. data dari Databox menunjukkan bahwa 75% konsumen lebih memilih produk yang memiliki kualitas tinggi meskipun harganya sedikit lebih mahal. Dan juga penulis sekaligus pekerja di Dea Cake and Bakery juga mengamati bahwasanya 7 dari 10 customer selalu bertanya tentang kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, yang perlu diteliti lebih lanjut dalam konteks Dea Bakery. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga praktis bagi pelaku usaha yang ingin memahami perilaku konsumen di pasar yang semakin kompetitif.

Didalam memperoleh dan mempertahankan konsumen perusahaan tidak memiliki pilihan lain selain memperbaiki dan mempertahankan

kualitas, Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian hanya faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor kualitas produk yang menjadi perbandingan kuat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan pendekatan yang lebih mendalam terhadap pengaruh kualitas produk dalam konteks cake and bakery. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk-produk yang telah dibeli. Menurut M Herlin, F Susanti (2024) arti dari Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan.

Produk yang mempunyai kualitas baik, memiliki karakteristik yang berbeda, serta memiliki spesifikasi yang sesuai dengan keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa lebih puas dan tertarik, maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Dea Cake and Bakery adalah Perusahaan berkembang yang bergerak dibidang produksi dan retail produk roti, cake dan tart. Dan saat ini telah memiliki 32 Outlet yang tersebar di seluruh Indonesia.

Tabel 1. 1 *laporan penjualan bulan Agustus 2024 sampai Januari 2025*

No.	BULAN	TAHUN	JUMLAH ITEM YANG TERJUAL
1	Agustus	2024	11.271
2	September	2024	9.532
3	Oktober	2024	10.039
4	November	2024	10.307

No.	BULAN	TAHUN	JUMLAH ITEM YANG TERJUAL
5	Desember	2024	11.536
6	Januari	2025	9.974

Sumber: Dea Bakery jalan Veteran Blitar

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pada periode 6 bulan terakhir Dea Cake and Bakery jalan Veteran Blitar mengalami Fluktuasi.

Fluktuasi penjualan yang terlihat dari bulan ke bulan menunjukkan bahwa Dea Bakery mungkin perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih konsisten untuk menjaga minat konsumen. Penurunan penjualan di bulan-bulan tertentu menunjukkan bahwa ada faktor musiman yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Melalui riset ini Peneliti tertarik dengan kualitas produk Dea Cake and Bakery. Peneliti juga tertarik untuk memahami bagaimana Dea Cake and Bakery dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen, kualitas produk menjadi salah satu cara untuk membedakan diri dari pesaing. Peneliti ingin mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh Dea Cake and Bakery dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk mereka, serta bagaimana hal ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus di Outlet Dea Cake and Bakery Jalan Veteran Blitar.

1.2 Rumuan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah akan difokuskan pada

pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di outlet Dea Cake and Bakery. Mengingat pentingnya kualitas produk dalam memengaruhi perilaku konsumen, rumusan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah rumusan masalah yang sistematis:

Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di outlet Dea cake and Bakery jalan Veteran Blitar?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di outlet Dea Cake and Bakery jalan veteran Blitar.

1.4 Manfaat

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di outlet Dea Cake and Bakery, penelitian ini akan memperkaya literatur yang ada mengenai hubungan antara kualitas produk dan perilaku konsumen dalam konteks industri makanan, yang masih terbatas. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang kualitas produk dan dampaknya terhadap keputusan pembelian, serta memberikan dasar bagi penelitian- penelitian

selanjutnya yang lebih komprehensif.

2. Manfaat secara praktis

Secara praktis, penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan bagi masyarakat, pelaku industri, dan pemangku kebijakan. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik outlet Dea Cake and Bakery dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan informasi ini, mereka dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi bagi pemangku kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan industri makanan dan minuman, khususnya dalam meningkatkan standar kualitas produk.

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kualitas produk, diharapkan masyarakat akan lebih selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan industri lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat dan sektor terkait.