

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan usaha di Indonesia semakin pesat, terutama pada bidang usaha makanan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya usaha makanan baru yang hadir. Perkembangan usaha makanan yang semakin pesat dapat menimbulkan perubahan gaya hidup konsumen yang bermacam-macam. Perubahan yang terjadi seperti halnya konsumen menjadi lebih selektif untuk menentukan pengambilan keputusan dalam pembelian makanan. Hal ini terjadi karena semakin bertambahnya konsumen dan besarnya kebutuhan makanan yang menjadi kebutuhan utamanya. Usaha yang didirikan harus memiliki keunggulan sehingga dapat memikat hati konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan usaha yang ketat. Dari banyaknya usaha makanan yang ada semua memiliki tujuan untuk dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen akan makanan.

Banyaknya usaha makanan yang dibuka saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat karena semakin banyak pula pilihan tempat bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan. Konsumen benar-benar kritis dalam memilih suatu produk yang mereka inginkan sehingga pelaku usaha harus selalu melakukan inovasi tanpa henti sesuai dengan kebutuhan para konsumen, apa yang menjadi selera konsumen dan trend jaman. Dengan demikian dapat menarik dan memudahkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Perkembangan dalam dunia usaha saat ini, ditandai dengan banyaknya perusahaan yang menciptakan berbagai produk barang maupun jasa sebagai cara

untuk memenuhi suatu kebutuhan dan keinginan konsumen dimasa sekarang dan masa yang akan mendatang menurut Sulistyan, dkk (2019) dalam (Nanda Yuli Tania, Mokhammad Taufik, 2021) dimana setiap perusahaan harus bersaing dan menyusun strategi yang efektif.

Donat adalah makanan ringan yang terbuat dari tepung, gula, kuning telur, susu bubuk, margarin dan ragi. Namun seiring waktu, donat mengalami banyak perubahan dan variasi baru. Bentuk donat tidak hanya seperti cincin tapi ada beberapa yang dibuat tidak berlubang. Donat memang menjadi salah satu camilan ringan yang populer dan banyak diminati masyarakat, baik anak-anak hingga orang dewasa. Makanan manis yang satu ini biasanya dibuat dengan berbagai macam topping di atasnya yang membuat tampilan semakin menarik. Bukan hanya menarik, berbagai varian topping juga membuat cita rasa donat semakin lezat dan nikmat. Mulai dari topping coklat, meses, keju, kacang, susu, hingga gula halus.

Selain kreasi donat yang berasal dari bahan dan toppingnya, kini terdapat kreasi resep donat baru dengan cara pengolahan yang unik dan berbeda dari biasanya. Tidak lain adalah donat kukus yang banyak diminati dalam beberapa waktu terakhir. Sesuai dengan namanya, donat dibuat dengan meletakkan adonan donat pada wadah anti panas, kemudian dikukus hingga matang. Sajian donat ini bisa diberi isian atau disiram topping sesuai selera.

Donat kukus La Reta Kunir berdiri pada tahun 2021 tepatnya pada bulan November, yang berlokasi di desa Sukosari, kecamatan Kunir, kabupaten Lumajang. Awal mula berdirinya usaha ini dikarenakan adanya pandemi Covid-

19 yang menyebabkan ekonomi dari pemilik usaha La Reta Kunir tidak stabil, oleh sebab itu pemilik dari La Reta Kunir menemukan ide yaitu donat kukus sebagai produk untuk dijual guna membantu kondisi keuangan, disisi lain di Lumajang sendiri produk ini masih jarang dijual dan juga masih banyak yang belum mengenal donat kukus, maka dari itu pemilik mempunyai inovasi untuk mengolah donat yang berbeda yang awalnya donat hanya berbentuk bulat tengah dan digoreng, kali ini pemilik mengubah donat menjadi dikukus. Selain untuk menarik perhatian dan rasa penasaran pembeli, pemilik juga meminimalisir pemakaian minyak goreng yang pada saat itu minyak goreng langka dan harganya sangat mahal, serta menurut pemilik La Reta Kunir juga menghindari tingginya kolesterol dan juga bisa dinikmati oleh semua kalangan umur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan seberapa pengaruhnya promosi terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat diketahui urgensi untuk memperhatikan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Setiap pelaku usaha menerapkan strategi bisnisnya dengan cara yang tepat untuk mencapai target pasarnya. Mencapai target pasar yang sangat tinggi membutuhkan ketelitian serta keuletan dari pihak pemasaran untuk lebih aktif mencari kesempatan dan peluang yang ada, karena faktor utama yang bisa menyebabkan keberhasilan dalam dunia usaha adalah pemasaran. Kegiatan pemasaran harus bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk. Sebuah bisnis yang ingin berkembang cepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan harus mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk

berkomunikasi, menciptakan, dan memberikan pelanggan yang lebih baik pada pasar sasaran yang dipilih.

Para pelaku usaha hendaknya memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Adapun beberapa faktor dalam keputusan pembelian konsumen antara lain : kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian menurut Tjiptono (2014:21) dalam (Priambodo et al., 2022). Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) dalam Wibisono ekky suti (2019), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam bisnis kuliner adalah kualitas produk, karena memiliki arti penting untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas Produk menjadi pertimbangan yang penting dan harus diterapkan bagi suatu perusahaan. Dengan Kualitas Produk yang baik dapat meningkatkan produk yang mereka miliki. Kualitas produk merupakan tujuan

utama perusahaan. Kualitas produk itu sendiri dapat membuat produk yang dipromosikan oleh perusahaan memiliki nilai jual yang lebih tinggi, sehingga perusahaan harus mengutamakan kualitas produk berdasarkan penjelasan Kotler dan Keller (2008:143) dalam (Deleilah, 2020). Kualitas produk itu sendiri dapat menjadi ukuran daya tarik konsumen. Oleh karena itu, kualitas produk harus dikontrol dengan sangat hati-hati. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) dalam jurnal (Jackson R.S. Weenas, 2013) mengemukakan bahwa: Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (core) produk itu sendiri.

Selain menjaga kualitas produk, promosi juga perlu dilakukan untuk mengenalkan produk agar dikenal dan dibeli oleh masyarakat. Donat Kukus La Reta Kunir melakukan promosi di berbagai media sosial. Adanya kegiatan promosi tersebut akan mempengaruhi volume penjualan. Menurut Swastha (2006) dalam jurnal (Astuti & Abdullah, 2017) “promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran. Menurut Razak (2016) dalam (Margadoni, 2021). Dalam sebuah perusahaan atau instansi tertentu, pemasaran merupakan factor utama untuk pencapaiannya, pasar merupakan penghubung antara produsen dalam menyampaikan produk terhadap konsumen.

Menurut Fitriyah, dkk (2013) dan Nugroho (2010) dalam jurnal (Nurmalasari & Istiyanto, 2021). Promosi merupakan aktivitas yang dilaksanakan perusahaan untuk membicarakan kemanfaatan dari produk tersebut agar muncul kepercayaan dibenak konsumen untuk membeli sebuah produk.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Utami (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Setia Kawan *Stationery* Di Kabupaten Lumajang”. Hasilnya menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti manajemen pemasaran dengan variabel promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian. Peneliti berkeinginan megetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian donat kukus. Objek penelitiannya adalah donat kukus La Reta Kunir. Berdasarkan latar belakang serta fenomena yang terjadi di lapangan maka dari itu peneliti tertarik meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Donat Kukus La Reta Kunir Lumajang”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini, maka diperlukan peneliti melakukan pembatasan masalah, supaya terhindar dari adanya persepsi atau pembahasan yang berbeda. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini adalah penelitian di bidang Manajemen Pemasaran.



- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir.
- c. Lokasi penelitian ini adalah Kunir.
- d. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil observasi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir?
- b. Apakah terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian memiliki tujuan yang hendak dicapai. Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir.
- b. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir.
- c. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk dan promosi yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis baik bagi penulis sendiri, pihak instansi pendidikan dan pihak-pihak lainnya yang kiranya berkepentingan. Berikut ini penulis sampaikan beberapa manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan suatu ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi ITB Widya Gama Lumajang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan di perpustakaan yang ada di ITB Widya Gama Lumajang dan juga dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memotivasi penelitian yang lain untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini.