

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Alinan et al., (2021) meneliti mengenai “Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Be One Top Sangatta “ Penelitian yang dilakukan oleh Mahendra, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. jalannya bisnis dapat mencapai suatu kesuksesan ketika bisnis tersebut mampu mencapai tujuan utama yang telah ditetapkan sebelumnya. Maraknya perkembangan bisnis yang ada, harus menjadikan setiap pelaku usaha dapat menciptakan sebuah inovasi dan mengikuti perkembangan dari situasi pasar yang ada. Tindakan ini diharapkan bisa untuk menjadikan pelaku bisnis senantiasa memiliki inovasi yang baik untuk menjalankan sebuah bisnis agar senantiasa mendapatkan keuntungan.

Bisnis yang memiliki inovasi terbaru akan menambah nilai ketertarikan konsumen terhadap bisnis yang ditawarkan. Adanya perkembangan bisnis akan menjadikan pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Para pelaku usaha harus mampu memaksimalkan setiap peluang yang ada untuk menduduki posisi pasar yang usaha. Pemanfaatan peluang yang ada dapat menjadikan seorang pelaku usaha mampu berkembang, bahkan

menduduki posisi pasar yang lebih strategis. Terdapat berbagai sektor bidang bisnis di Indonesia yang dapat berkembang, mulai dari kuliner, manufaktur, jasa dan juga retail dalam bidang *fashion*. Bisnis menjual berbagai pakaian dan peralatan lainnya merupakan salah satu bisnis yang cukup laris manis diminati oleh konsumen (Alinan et al., 2021).

“Bisnis retail merupakan sebuah bisnis yang menjalankan penjualan barang atau jasa secara eceran atau satuan” (Lyna dan Prasetyo, 2021). Retail merupakan sebuah wujud dari pemasaran yang modern yang memiliki sistem pelayanan mandiri dengan menjual berbagai barang eceran baik berbentuk supermarket, hypermarket dan juga pada sebuah toko atau gerai. Model transaksi pasar modern adalah pembeli dan penjual tidak melakukan transaksi secara langsung tetapi pembeli melihat produk dan harga yang tercantum pada produk yang ditawarkan tersebut, sehingga hal ini sangat efisien untuk menjalankan sebuah bisnis (Prasetyo dan Hasyim, 2022).

Para pelaku usaha retail harus mampu mengikuti apa yang menjadi perkembangan zaman. Hal ini bertujuan untuk melakukan inovasi dalam ketersediaan produk, mengetahui kebutuhan konsumen, pelayanan yang diberikan dan juga melihat perilaku dari konsumen. Salah satu pelaku usaha dalam bidang retail adalah pada bidang toko *fashion*. Toko *fashion* merupakan sebuah toko yang menyediakan produk *fashion* untuk memenuhi kebutuhan gaya berpakaian dan kehidupan (*lifestyle*) yang ingin tampil beda dengan yang lain, dengan produk yang dijual seperti baju, celana, jaket, sepatu, dan sebagainya sebagai penanda identitas (Sari, et al., 2020).

Toko *fashion* sebagai salah satu usaha di bidang industri kreatif berkembang dengan cukup pesat dalam memunculkan dorongan terhadap minat pembelian kepada calon konsumen (Pertiwi dan Fahmi, 2022). Hal ini dipengaruhi oleh dorongan dari faktor-faktor tertentu yang menjadi hasutan kepada calon konsumen untuk membeli produk. Menurut Bulan et al., (2018) menyatakan bahwa minat beli konsumen mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Rasa ketertarikan konsumen terhadap produk terkadang tidak perlu pemikiran yang lama dalam mengambil keputusan untuk membeli produk, tetapi terkadang dengan melihat produk yang bagus dan menarik maka konsumen langsung membelinya tanpa berpikir panjang terlebih dahulu. Minat beli konsumen inilah yang akan berujung pada jangka panjang yang menentukan kelayakitan konsumen. Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha di bidang retail dalam membangun minat konsumen memerlukan faktor-faktor penting yang harus diutamakan, misalnya pada faktor kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pada pelayanan penjualan produk tersebut.

Kualitas produk merupakan sebuah kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Septanto et al., 2019). Kualitas produk merupakan suatu kebaikan atau karakteristik terutama sebuah mutu suatu produk seperti bahan, jahitan yang rapi, keragaman dari ukuran dan warna produk, dan hal-hal yang mampu menjadi titik kekuatan produk untuk ditawarkan kepada

konsumen. Ketika sebuah produk memiliki kekuatan yang baik pada kualitas produknya, maka konsumen tidak akan ragu dalam menentukan minat pembelian pada produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mahendra, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen adalah faktor kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pelaku usaha terhadap konsumen. Dunia berbisnis tentunya tidak terlepas dari sebuah pelayanan, maka pelanggan mampu membedakan suatu pelayanan terbaik terhadap dengan lainnya karena mereka dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung melalui pelayanan yang diberikan. Menurut Suryani dan Rosalina, (2019) kualitas pelayanan merupakan sebuah nilai ukuran baik atau buruknya pelayanan yang diberikan oleh suatu karyawan yang dibandingkan dengan ekspektasi dari pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Toko Ala Alhani Sragen merupakan salah satu usaha di dalam bidang retail *fashion*. Usaha ini merupakan sebuah toko yang menjual produk *fashion* wanita di wilayah Sragen. Toko Ala Alhani Sragen berlokasi di wilayah Sragen kota yang dapat memberikan pengaruh pada calon konsumen untuk melakukan sebuah pembelian. Toko Ala Alhani Sragen menjual produk yang cukup beragam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Daster (Studi pada Konsumen Toko Ala Alhani Sragen)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat diketahui bahwa ada beberapa faktor yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Toko Ala Alhani Sragen.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Toko Ala Alhani Sragen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah keragaman pengetahuan, tambahan teori dan literatur dan mengenai ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan bisnis khususnya mengenai minat beli konsumen serta dapat menjadi acuan bagi peneliti di masa mendatang yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini adalah sebagai dasar perumusan kebijakan atau strategi tentang minat beli sesuai dengan topik penelitian ini dan menjadi salah satu upaya mendukung peningkatan minat beli pada toko Ala Alhani Sragen dengan demikian toko diharapkan mampu menarik minat pembeli lebih besar

3. Manfaat Empiris

Pada penelitian ini adalah untuk mengetahui peran penting tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan minat beli. Manfaat secara akademis lebih rinci memberi kontribusi pada disiplin ilmu ekonomi manajemen pemasaran khususnya pada topik tentang pembahasan minat beli.