

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Riset mengenai keputusan pembelian roti menarik untuk diteliti, karena dari hasil penelitian sebelumnya diperoleh hasil beragam (Wangean, 2014; Yazia, 2014; Ferdiyanto, 2015; Prasastiningtyas, 2016; Tampi, 2016; Dede, 2017; Andy, 2018; Pristiana, 2018; Arwin, 2019; Frisna, 2019). Semakin berkembangnya produk kuliner khususnya produk olahan roti, membuat para konsumen dapat memilih dan mengambil keputusan untuk membeli produk. Beragamnya keinginan konsumen yang menimbulkan keputusan pembelian produk muncul dari perilaku-perilaku yang begitu unik dan khas secara individu yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh serta menggunakan produk untuk menentukan proses pengambilan keputusan dalam menentukan sebuah produk, maka dari itu penelitian ini sangat menarik diteliti karena:

Riset yang dilakukan oleh Wangean (2014) menyatakan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek, kualitas produk dan harga menjadi salah satu aspek yang sangat penting bagi perusahaan untuk menciptakan minat beli terhadap konsumen yang menginginkan suatu barang yang sesuai dengan apa yang ingin mereka beli dan miliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Yazia (2014) menyatakan bahwa secara simultan pengaruh kualitas produk, iklan dan harga berpengaruh positif

terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial kualitas produk, harga dan iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil riset dari Ferdianto (2015) menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya jika kualitas produk semakin bagus dan baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, sebaliknya jika kualitas produk mengalami penurunan maka akan berdampak buruk bagi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Untuk variabel harga secara parsial tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Menurut hasil penelitian dari Prasastiningtyas (2016) mengenai kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu seluler menyatakan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terdapat juga variabel citra merek yang juga secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan dengan keputusan pembelian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tampi (2016) menyatakan bahwa variabel kualitas produk, variabel harga dan variabel daya tarik iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial variabel kualitas produk, variabel harga, dan daya tarik iklan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Dede (2017) menyatakan bahwa variabel kualitas produk, variabel harga, variabel promosi dan variabel lokasi

berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk Artinya perusahaan perlu meningkatkan, mengembangkan dan mempertahankan kualitas produknya guna mempertahankan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan Andy (2018) menyatakan bahwa variabel citra merk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut penelitian dari Pristiana (2018) menyatakan bahwa variabel gaya hidup sehat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kualitas produk dan variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Riset yang dilakukan Arwin (2019) variabel kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Namun, secara parsial variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut riset yang dilakukan oleh Frisna (2019) menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan keduanya juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Tahun demi tahun berlalu pertumbuhan ritel Roti dan juga tingkat pembelian konsumen terhadap roti banyak mengalami fluktuasi tapi pada akhir tahun 2018 tingkat konsumsi roti makin bertambah dengan adanya satu merk roti yang menjadi top brand dan berada di tingkat pertama dalam penjualannya.

Tabel 1.1

Top Brand Index Kategori Produk Roti Tahun 2018

MERЕК	TBI	TOP
Sari Roti	72,8%	TOP
Bread Talk	6,5%	
Holand Bakery	4,4%	
Lauw	1,5%	

Sumber: www.topbrand-award.com,2018

Merek yang menduduki peringkat pertama adalah produk dari merek “Sari Roti” dengan tingkat TBI (*Top Brand Index*) sebesar 68,5% di tahun 2018 dan memuncaki daftar brand roti paling banyak diminati konsumen dan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Top Brand di sejumlah kota-kota besar yang ada di Indonesia.

Sari Roti merupakan sebuah merek roti yang berada dalam naungan PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk. Sari Roti merupakan salah satu produsen roti terbesar di Indonesia, dengan pilihan roti seperti Sandwich, Roti berselai dan roti tawarnya. Produk Sari Roti mengusung produk dengan harga yang bisa menjangkau semua konsumen dan juga menjadi produk pilihan untuk masyarakat Indonesia.

Dari beberapa hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh

karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Merek Sari Roti”**

B. Rumusan Masalah

Kualitas produk dan harga menjadi salah satu aspek terpenting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung menggunakan barang yang bagus dan baik dengan memperhatikan kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Selain kualitas produk, harga juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Barang dan jasa yang berkualitas harus ditunjang dengan harga yang sepadan pula. Harga dan kualitas produk yang sesuai pasti membuat konsumen memilih dan memutuskan untuk membeli produk yang akan ditujunnya. (Wangean, 2014; Yazia, 2014; Ferdiyanto, 2015; Prasastiningtyas, 2016; Tampi, 2016; Dede, 2017; Andy, 2018; Pristiana, 2018; Arwin, 2019; Frisna, 2019).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah tentang: Apakah kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian roti di toko “Sari Roti”?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, memberikan penetapan kualitas produk yang baik, dan harga yang baik tentu akan mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembelian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian roti merek Sari Roti.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, didapatkan manfaat penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada seluruh pembaca mengenai bisnis ritel khususnya bisnis di bidang kuliner seperti roti dapat dikembangkan dengan tingkat konsumsi yang begitu tinggi dikalangan masyarakat.

2. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat positif bagi para pembaca dan peneliti berikutnya dalam bidang ilmu ekonomi khususnya pemasaran, tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk di toko “Sari Roti”. Penelitian ini juga untuk memberikan wawasan, informasi, dan pedoman ilmu pengetahuan di bidang ekonomi untuk para pembaca.

3. Manfaat Empiris

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berhubungan langsung dengan kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadikan sebagai *khazanah* keilmuan dibidang ekonomi dan juga sebagai bahan pertimbangan dan tindak lanjut untuk penelitian berikutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pembaca mengetahui dan memahami isi dari skripsi, maka disusun dengan urutan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang mengapa penelitian ini perlu untuk dilakukan, dan berisi pernyataan dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan. Selain itu bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika skripsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Meliputi landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III**METODE PENELITIAN**

Meliputi variabel penelitian beserta penjelasannya, penentuan populasi dan sampel, data dan sumber data, serta metode pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi pembahasan hasil penelitian, analisis data, dan penjelasan secara lengkap.

BAB V**PENUTUP**

Terdiri dari kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.