

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Agustina, (2020) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Food Quality Dan Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Gooma Tea Bar Paris Van Java”. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara persepsi konsumen dan harga terhadap niat beli konsumen Gooma Tea Bar PVJ. Persepsi yang timbul dari konsumen tentunya akan mempengaruhi niat beli konsumen. Jika konsumen mempunyai persepsi yang bagus terhadap produk tersebut maka peluang konsumen untuk membeli akan semakin besar. Begitu juga dengan harga dimana harga menjadi salah satu prioritas juga bagi masyarakat Indonesia dalam membeli suatu produk.

Minat konsumen terhadap makanan organik meningkat karena efek dari pestisida terhadap keamanan lingkungan dan manfaat kesehatan serta organisme hasil rekayasa genetika dan zat non-alami lainnya yang digunakan untuk meningkatkan produksi pertanian (Ünal et al., 2019).

Konsumen memiliki sikap positif terhadap makanan organik karena lebih sehat, tidak berbahaya, dan tidak terlalu merusak lingkungan (Daniells, 2014), konsentrasi antioksidan yang lebih tinggi (terutama polifenol) pada tanaman organik (Barański et al., 2014); peningkatan kadar asam lemak omega-3 dalam produk susu organik; dan profil asam lemak yang lebih baik dalam produk daging organik (Ribasti Agustí et al., 2019).

Kandungan mikro pada makanan organik memiliki efek pada kadar plasma nutrisi tertentu termasuk magnesium, mikronutrien yang larut dalam lemak (α -karoten, β -karoten, lutein, dan zeaxanthin), dan asam lemak (linoleat, palmitoleat, γ -linolenat, dan asam docosapentaenoic) dibandingkan makanan yang ditanam secara konvensional, namun nilai gizi makro (protein, lemak, karbohidrat dan serat makanan) tidak memiliki perbedaan yang signifikan (Baudry et al., 2019).

Pertumbuhan pasar makanan organik di Indonesia terlihat dari semakin banyaknya petani organik, supermarket, dan restoran yang menjual produk makanan organik. Terdapat peningkatan permintaan produk pertanian yang dihasilkan melalui proses ramah lingkungan, terutama yang berasal dari pertanian organik (Rahman & Aryanti 2015).

Perilaku makanan berkelanjutan (sustainable food behaviors) mencakup aktivitas membeli dan mengonsumsi makanan organik, mengurangi makanan yang tidak sehat makan makanan lokal, dan mengurangi pemborosan dalam mempersiapkan makanan (Wang et al., 2018).

Minat beli adalah sikap konsumen yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Morinez, dkk (2007) Minat beli adalah sebuah kondisi dimana konsumen cenderung untuk membeli produk spesifik di kondisi yang spesifik pula.

Minat Beli akan disertai oleh persepsi atau pendapat konsumen terlebih dahulu mengenai produk sarannya. Menurut Kotler dan Kevin,

(2009) persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Persepsi memegang peranan penting dalam konsep penentuan posisi karena manusia menafsirkan suatu produk atau merk melalui persepsi.

Selain persepsi konsumen, harga juga menjadi stimulus bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk. Untuk harga sendiri merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di peroleh perusahaan dari penjualan produk yang dihasilkannya baik berupa barang maupun jasa (Hidayah et al., 2020).

Strategi penetapan harga sangat penting dalam pemasaran, karena harga berperan dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menjadikan konsumen tersebut sebagai konsumen suatu produk/jasa. Sedangkan bagi pembeli harga dapat mempengaruhi kemampuan membeli, kegunaan serta manfaat produk/jasa tersebut sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk/jasa tersebut (Pane, 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu (Utami et al., 2017) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli.

Secara umum konsumen lebih memilih membeli produk makanan organik, apakah yang mempengaruhi konsumen untuk cenderung membeli produk makanan organik tersebut.

Dari berbagai latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Produk Makanan Organik di Kabupaten Karanganyar)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka secara rumusan masalah ini adalah :

1. Apakah persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli?
2. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian adalah :

- 1.) Untuk menganalisis apakah persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
- 2.) Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

- 3.) Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.) Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta menambah pengetahuan dalam bidang akademik serta dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dengan topik yang sama yaitu tentang seberapa besar pengaruh persepsi konsumen, harga dan kualitas produk terhadap minat beli.

2.) Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini semoga dapat memberikan informasi sebagai bahan evaluasi kepada para produsen makanan organik untuk meningkatkan daya tariknya terhadap pelanggan utamanya dalam strategi pemasarannya sehingga dapat menambah laba perusahaan.

3.) Manfaat Empiris

Dapat memberikan wawasan kepada masyarakat khususnya masyarakat yang ada di Kabupaten Karanganyar mengenai produk makanan organik. Dengan adanya wawasan ini dapat membantu masyarakat dalam mempertimbangkan untuk mengkonsumsi makanan organik.