

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era perkembangan zaman mendorong terjadinya perubahan perilaku manusia untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Bertambahnya aktivitas dan kesibukan masyarakat, menyebabkan masyarakat membutuhkan suatu produk yang dapat disajikan dengan praktis dan instan sehingga mudah untuk dikonsumsi (Novandri, 2010). Menurut beberapa penelitian, manusia tidak lagi menjadikan nasi sebagai sumber karbohidrat yang utama, yang memerlukan waktu lebih lama untuk menanakannya, tetapi mulai beralih untuk mengonsumsi roti sebagai pengganti nasi untuk sumber karbohidratnya.

Hal ini akan memberikan dampak positif dan juga negatif yang akan ditimbulkan bagi pelaku usaha. Para produsen maupun pemilik usaha saling berlomba untuk menarik sebanyak mungkin konsumen. Pemilik usaha juga harus mampu memanfaatkan kesempatan ataupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang muncul.

Peran pemilik usaha tak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, akan tetapi juga pada konsumen itu sendiri. Saat ini persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat pelaku usaha memiliki cara atau strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Ini merupakan hal yang sangat penting dilakukan, karena jika minat beli dalam diri konsumen itu tumbuh, pada akhirnya bisa mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, dan secara otomatis akan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Dan begitu pula sebaliknya, jika minat beli pada diri konsumen rendah, maka kerugian akan dialami perusahaan, karena dengan sendirinya akan berpengaruh pada penurunan volume penjualan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu pelaku usaha harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing sehingga

dapat menarik konsumen untuk sekedar mencoba kemudian mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan konsumen dalam membeli roti di tamago bake. Seiring dengan semakin ketatnya persaingan menimbulkan perilaku keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Saat ini persaingan antar merek sangat ketat dan hal ini terjadi pada hampir seluruh jenis produk, baik itu produk-produk kesehatan, kecantikan, makanan, minuman dan lain sebagainya. Salah satu perusahaan yang mencoba ikut bersaing dalam usaha roti adalah Aloha Bakery, dengan menghasilkan produk roti berlabel “Tamago”. Tamago Bake merupakan salah satu toko roti yang berdiri sejak awal pandemic covid-19 dan terus berusaha mengeluarkan inovasi di dalam produksinya. Harga yang di tawarkan relatif murah, karena konsumen yang dibidik oleh Tamago Bake ini ialah konsumen menengah kebawah. Tamago bake tidak mampu menyaingi para kompetitornya yang memimpin market leader di wilayah Surabaya. Roti Tamago mempunyai beberapa kelebihan yang unggul dari roti sejenisnya seperti Roti Tamago mudah didapatkan, rasa dari roti yang khas.

Berdasarkan pra-survey yang peneliti lakukan dari terhadap 10 konsumen Tamago Bake dapat ditarik kesimpulan bahwa 50% konsumen tertarik membeli Tamago bake karena harganya terjangkau disemua kalangan, sedangkan 30% konsumen mengatakan bahwa kualitas produk dari amago bake dilihat dari ke higienisan dan tanpa penggunaan bahan pengawet merupakan salah satu alasan untuk membeli Tamago Bake, dan 20% konsumen memberikan alasan bahwa Tamago Bake sudah dikenal oleh warga di lingkungan Perumahan Taman Sari Surabaya.

Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk mereka sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Artinya suatu perusahaan akan mampu bertahan di tengah persaingan bisnis ini apabila perusahaan tersebut selalu melakukan evaluasi terhadap kualitas

produk yang diproduksinya kemudian meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Jika kualitas dari suatu produk itu baik dan memenuhi dari kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembeli tidak akan peduli dengan harga yang diberikan atau merasa tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli produk tersebut. Setiap individu memiliki metode pengambilan keputusan yang nyaris serupa. Meski begitu, terdapat beberapa faktor yang dapat membedakan pengambilan keputusan antar individu, diantaranya adalah usia, karakter, pendapatan, serta gaya hidup.

Peter dan Olson dalam (Asrizal & Muhammad, 2018) penetapan pembelian ialah interaksi penggabungan yang mengkonsolidasikan informasi untuk menilai setidaknya 2 pilihan alternatif kemudian memilih satu diantaranya. Singkatnya keputusan pembelian ialah proses menetapkan pilihan untuk membeli suatu produk (Jaya Permana & Widwi Handri 2021).

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang diatas membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap minat pembelian yang dikaitkan dengan harga sehingga kaitan antara ketiga variabel tersebut dapat diketahui dengan jelas. Karena itulah peneliti memilih judul “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAMAGO BAKE”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tamago Bake?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tamago Bake ?
3. Apakah harga dan kualitas pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tamago Bake?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya beberapa perumusan masalah diatas maka dapat disebutkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tamago Bake.
2. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tamago Bake.
3. Untuk menganalisis harga dan kualitas pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tamago Bake.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi mahasiswa

Dari penelitian ini diharapkan bisa menjadikan pertimbangan dan pemahaman supaya mahasiswa dapat mengetahui keterlibatan harga dapat memperkuat perilaku konsumen terhadap minat pembelian pada pemasaran online.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mengkaji teori atau topik yang sama, akan tetapi lebih mengembangkan variable atau menyajikan variabel yang berbeda. Bagi universitas.

3. Bagi Pihak Universitas

Dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak universitas dan pihak pihak terkait dalam mengatasi masalah dengan menjadikan penelitian ini sebagai tolak ukur bahwa harga berpengaruh memperkuat perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian terhadap pemasaran online.