

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai organisasi dunia seperti *World Bank*, *United Nation* dan *UN Tourism* telah menyatakan bahwa pariwisata merupakan aspek penting dari keberadaan manusia, terutama dalam hal aktivitas sosial dan ekonomi (Utomo & Urmila, 2016). Pariwisata Indonesia menjadi salah satu sektor yang unggul dalam meningkatkan perekonomian negara, memikat wisatawan dengan keindahan alam, kekayaan budaya, dan keramahan masyarakatnya. Keindahan pantai yang eksotis hingga pesona gunung yang megah, Indonesia menawarkan beragam destinasi yang memukau. Selain itu, keanekaragaman budaya yang kaya, tradisi-tradisi unik, dan kuliner lezat menjadi daya tarik tambahan bagi para pengunjung. Pariwisata diartikan sebagai “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah” di bawah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Republik Indonesia.

Pada perkembangannya pariwisata telah dilengkapi oleh sarana prasarana yang dapat menunjang segala kegiatan dan kebutuhan dari wisatawan. Pariwisata saat ini dapat dijadikan salah satu sumber pendapatan bagi suatu negara, pendapatan ini berasal dari usaha yang menawarkan barang dan jasa kepada wisatawan domestik dan mancanegara. Dengan cara ini, Indonesia dapat memanfaatkan sepenuhnya sumber daya alam yang dimiliki, salah satunya dapat dimanfaatkan untuk membangun perdagangan luar negeri melalui bidang industri perjalanan. Salah satu wilayah Jawa Barat yang mempunyai potensi berbagai macam wisata alam dan budaya adalah Kota Bandung. Namun karena dominasi kegiatan perdagangan dan jasa, Bandung saat ini lebih dikenal sebagai pusat wisata belanja dan kuliner. Kementerian Pariwisata juga telah menunjuk Kota Bandung sebagai salah satu tujuan utama untuk wisata kuliner dan belanja di Indonesia.

Kuliner sendiri memiliki hubungan yang erat dengan pariwisata, tidak hanya makanan tradisional tetapi makanan manis pun saat ini juga digemari oleh

masyarakat. Namun, pemenuhan dalam kebutuhan wisata, wisatawan juga harus memiliki keinginan untuk memilih produk mana yang terbaik ketika akan memutuskan untuk membeli sesuatu. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk adalah keputusan yang dibuat oleh konsumen (Wiranata et al., 2021). Kotler dan Armstrong (2016) mengatakan bahwa “pilihan dalam pembelian adalah fase pada siklus dinamis pelanggan di mana mereka berhasil melakukan pembelian”. Perusahaan harus mampu merancang strategi karena banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Arfah, 2022). Kualitas produk adalah bagian dari faktor yang menentukan pilihan pembelian. Kualitas juga dapat memengaruhi penerimaan produk oleh pelanggan. Oleh karena itu, penentuan kualitas produk memerlukan kecermatan agar tidak menghasilkan produk yang kurang memuaskan. Adapun beberapa strategi yang diterapkan dalam manajemen pemasaran adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Salah satunya memperhatikan produk yang ditawarkan seperti menurut Kotler & Armstrong (2016), dimana produk merupakan suatu hal yang disajikan sebagai bentuk usaha dalam mencapai tujuan dan target perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan itu sendiri.

Definisi kualitas sendiri adalah faktor kunci yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih berbagai jenis produk dan jasa, terutama dalam konteks pertumbuhan pesat industri kue dan puding saat ini (Sari, 2019). Keberagaman tempat penjual kue dan makanan manis lainnya tentu menjadikan bahwa usaha ini menimbulkan banyak persaingan. Merek adalah salah satu contoh dari sebuah nama, simbol dan suatu kombinasi yang diartikan untuk mempresentasikan suatu produk berbeda dari pesaing. Bagi konsumen merek ialah suatu hal utama, karena adanya pandangan merek tersebut konsumen lebih mudah untuk membedakan barang yang satu dan lainnya. Tetapi pada intinya, alasan dari seorang konsumen membeli produk ingin memenuhi keinginannya tidak hanya dalam bentuk citra merek saja, misalnya dilihat dari kualitas yang disediakan, baik itu dari segi rasa, bentuk fisik produk, ukuran produk bahkan manfaat dari produk tersebut. La Sadie Bake memiliki kualitas produk yang tidak kalah baik dengan para perusahaan

lainnya. Karena La Sadie Bake memiliki ciri khas dan berbagai macam rasa membedakannya dari vendor kue lainnya dan menunjukkan kualitas tinggi dari penawaran mereka.

Maka dari itu, muncul beberapa pertanyaan terkait dengan apakah ada pengaruh kualitas produk yang sebenarnya sangat memengaruhi penjualan dari La Sadie Bake untuk keputusan pembelian para konsumen?. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk meneliti pada produk “kue” di La Sadie Bake yang ada di Kota Bandung terkait hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Lebih jelasnya penulis telah melakukan pra-penelitian untuk mengetahui gambaran umum konsumen dari La Sadie Bake. Berikut ditunjukkan oleh testimoni negatif konsumen tentang kualitas produk La Sadie yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Tanggapan Konsumen Terhadap Produk di Toko Kue La Sadie Bake

| No. | Nama | Ulasan |
|-----|--------|---|
| 1. | Rahmi | Ga rekomen, pengiriman lama, adminnya ga ramah dan ga informatif. Kue juga jadi rusak, disaranin dikirim pake mobil sama adminnya datengnya pake motor. Mana motornya diumpetin ga diberentiin depan rumah. Aneh |
| 2. | Nisa | Kue tiramisu pas dateng bener bener mencair, kaya bukan kue saya tanya ke toko lain tiramisu kuat sampe sejam dua jam. |
| 3. | Sinda | Pengiriman dan produknya ga sebagus iklannya. Semoga orang2 tidak tertipu dengan penampilan foto yang cantik. |
| 4. | Adisti | Sangat mengecewakan, rasanya sangat tidak enak dan mengecewakan. Keras, hambar dan pait. |
| 5. | Nadya | Kuenya kering bikin seret, krimnya juga asem banget. Padahal bukan yang pertama kali beli tapi ko bisa berubah gini |
| 6. | Sarri | Saya bukan mau maksud nutup rezeki usaha org lain, tp saya ini udh beli berkali2 loh, hampers buat natal, buat lebaran, imlek, trs kirim buat org sakit. Kuenya juga jadi ada yang mencair, rusak entah diperjalanan atau gmn |
| 7. | Son | keterlambatan datang 2 jam setelah, kue juga pas nyampe nempel ke dusnya. Saya nungguin lama, dan adm tidak sopan.. |
| 8. | Jihan | Kuenya belum ngeset, pas sampe bener bener cair |

-
9. Jessica Pesen kue disini pas pesen udah minta di jam tertentu ternyata telat tapi gada info sama sekali, kalo aku ga nanya gakan tau bakal telat.. dan creamnya meleber kemana' karna cair dan nempel ke kertasnya tampilannya jadi berantakan. Pas liat review yang lain juga mengalami hal yang sama semua
-

Sumber: Review La Sadie Bake, diolah oleh penulis, 2024

Adanya faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut, dapat dianalisis bahwa terdapat adanya beberapa isu atau masalah yang menjadikan penulis tertarik untuk menarik beberapa identifikasi untuk diteliti dengan mengangkat masalah bahwa seberapa besar tingkat keputusan pembelian kue di La Sadie Bake. Mengetahui dari masalah yang diangkat, hal tersebut mempunyai beberapa bukti masalah yang bisa diteliti, seperti seberapa banyak konsumen yang mengenal merek tersebut dan informasi-informasi yang didapatkan hanya dari beberapa ulasan daring (*online*).

Berdasarkan materi manajemen pemasaran oleh Hery (2019) yang mengatakan, bahwa manajemen pemasaran adalah “satu seni dan ilmu dimana dalam satu proses untuk dapat memilih pasar sesuai dengan sasaran dan menjaga, menemukan dan untuk mengembangkan konsumen dengan membuat, memberikan juga menginformasikan keunggulan nilai dari konsumen”. Pemasaran juga adalah salah satu proses sosial yang termasuk kedalam kelompok maupun individu dengan tujuan untuk memenuhi keinginan juga kebutuhannya. Manajemen pemasaran dapat mempengaruhi hasil dari yang sudah direncanakan dan dapat membuahkan hasil serta keunggulan dari kualitas produk yang kemudian akan menentukan pelanggan saat terjadinya keputusan pembelian.

Berdasarkan jurnal penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini berarti jika dinyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh produsen maka semakin besar pula pengaruh yang tercipta terhadap produk tersebut untuk konsumen membuat keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Hidayat (2020), Belvia et al (2022), dan Ramadhan & Kurniawati (2024). Maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian.

Salma Kinanti, 2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penulis telah melakukan pra-penelitian untuk mengetahui gambaran umum konsumen La Sadie Bake dari beberapa pelanggan toko kue tersebut. Pra-penelitian ini dilakukan dengan membuat kuesioner dengan bahasan yang mencakup dalam rumusan masalah pada judul, yaitu menanyakan perihal pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko kue La Sadie Bake. Kemudian membagikan kuesioner kepada 35 responden. Berikut Tabel 1.2 berikut merupakan hasil dari pra-penelitian.

Tabel 1.2
Hasil Pra-penelitian

| No. | Pertanyaan | Jawaban | | | |
|-----|---|---------|-----|--------|----|
| | | Ya | | Tidak | |
| | | Jumlah | % | Jumlah | % |
| 1. | Apakah produk La Sadie Bake disajikan sesuai dengan keinginan dan harapan Anda? | 29 | 83 | 6 | 17 |
| 2. | Menurut Anda, apakah kualitas produk kue di La Sadie Bake mempengaruhi Anda saat memutuskan membeli kue tersebut? | 35 | 100 | 0 | 0 |
| 3. | Apakah tampilan dari produk La Sadie Bake mempengaruhi Anda saat membeli kue? | 32 | 91 | 3 | 8 |
| 4. | Menurut Anda, apakah La Sadie Bake memiliki beragam produk yang menarik? | 30 | 86 | 5 | 14 |
| 5. | Menurut Anda, apakah kualitas produk di La Sadie Bake sudah baik? | 28 | 80 | 7 | 20 |
| 6. | Apakah kualitas kesegaran dan rasa dari produk La Sadie Bake sesuai dengan harapan Anda? | 29 | 83 | 6 | 17 |
| 7. | Menurut Anda, apakah peran sosial seperti (referensi media sosial, keluarga dan teman) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di La Sadie Bake? | 30 | 86 | 5 | 14 |

Sumber: Hasil Pra-penelitian Toko Kue La Sadie Bake, diolah oleh Penulis, 2024.

Salma Kinanti, 2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.2 menunjukkan hasil dari pra-penelitian melalui kuesioner untuk pertanyaan nomor 2, yang mengatakan bahwa faktor dari kualitas produk banyak disetujui responden tentu menjadikan hal tersebut sangat penting dan berpengaruh saat akan memutuskan membeli produk kue di La Sadie Bake. Akan tetapi, terdapat beberapa pertanyaan yang mendukung faktor dari kualitas produk hasilnya tidak begitu berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dikarenakan memang ada beberapa responden yang menilai bahwa ada beberapa toko kue selain La Sadie Bake dengan kualitas yang lebih baik dan berkualitas dibandingkan dengan toko kue La Sadie Bake.

Keberagaman kuliner pada bidang patiseri di Kota Bandung menjadikan usaha tersebut memiliki begitu banyak kompetitor, maka dari itu perusahaan bersaing untuk dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang baik. Bagi beberapa pelanggan membeli sebuah produk dengan merek ternama menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, namun tidak sedikit pula pelanggan yang mengutamakan kualitas untuk membeli suatu produk terkhusus makanan yang disediakan, baik dari segi rasa, bentuk fisik, hingga ragam produknya. Kualitas produk pada makanan dapat dinilai oleh beberapa dimensi (Yafie et al., 2016). Kesegaran atau freshness merupakan salah satu faktor kualitas penting dalam produk makanan, karena sebuah produk apabila dikatakan berbau, layu, ataupun berubah bentuk berarti produk tersebut kualitasnya sudah menurun dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tampilan atau presentation, dapat diartikan sebagai suatu produk harus diatur, disusun dengan rapi dan menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi pelanggan yang datang, sebab ketidaksempurnaan dalam tampilan atau presentasi produk makanan dapat mengurangi minat konsumen untuk membelinya. Taste atau rasa merupakan item yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kualitas produk yang berdampak pada peningkatan keputusan pembelian, karena jika rasa pada makanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, dapat menyebabkan konsumen beralih pada merek atau produk lainnya. Innovation food merupakan keahlian dalam melakukan inovasi seperti pencampuran bahan satu dengan bahan makanan lainnya, variasi rasa.

Salma Kinanti, 2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan penelitian terdahulu (Cahyani & Hidayat, 2020); (Belvia et al., 2022); (Tirtayasa et al., 2022); (Mardiansyah & Ekowati, 2024); (Ramadhan & Kurniawati, 2024), elemen-elemen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016) diantaranya: kualitas produk Kotler & Amstrong (2014) dan (Yafie et al., 2016). Penelitian (Tamimi et al., 2022), menyebutkan bahwa keputusan pembelian di sebuah perusahaan akan semakin tinggi jika semakin tinggi kualitas produk yang diberikan.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kue La Sadie Bake Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa kualitas produk di toko kue La Sadie Bake?
2. Apa keputusan pembelian di toko kue La Sadie Bake?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko kue La Sadie Bake?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Mengetahui bagaimana kualitas produk di toko kue La Sadie Bake.
2. Mengetahui bagaimana keputusan pembelian di toko kue La Sadie Bake.
3. Mengetahui seberapa berpengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko kue La Sadie Bake.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan dasar pertimbangan dan masukan dalam memecahkan suatu permasalahan yang berkaitan dengan Kualitas Produk dan

Keputusan Pembelian khususnya pada perusahaan yang bergerak dalam industri kuliner patiseri.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam aspek praktisi untuk industri kuliner terkhusus pada bidang patiseri untuk dapat dijadikan sebagai acuan menentukan strategi marketing yang tepat.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai kualitas produk yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko kue La Sadie Bake.