

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam usaha bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang baik dan kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang warung makan. Persaingan semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis warung makan yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis warung makan dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis warung makan harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang yang telah mereka beli.

Bakso merupakan makanan tradisional yang sangat terkenal yang digemari oleh semua lapisan masyarakat, karena memiliki rasa yang khas,

enak dan kaya gizi. Bakso memiliki kandungan protein dan kadar air tinggi serta pH netral, sehingga tahan terhadap kerusakan dan daya awet maksimal 1 hari pada suhu kamar. Bakso merupakan salah satu produk olahan yang sangat populer, banyak orang yang menyukai produk makanan ini, mulai dari anak-anak, orang dewasa hingga lansia. Bila ditinjau dari upaya kecukupan gizi masyarakat, bakso cukup mudah dan dapat dilakukan oleh siapa saja, bakso dapat dijadikan sebagai sarana yang tepat, karena produk ini bernilai gizi tinggi dan disukai oleh semua lapisan masyarakat.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2016: 11) merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016: 164) kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2016: 218) bahwa pengertian harga merupakan unsur bauran dalam pemasaran yang mampu mendatangkan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga sangat mempengaruhi pemasukan sebuah perusahaan. Dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena harga adalah alat tukar dalam transaksi. Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang

sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah ubah. Harga juga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk.

Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Konsumen selalu berharap untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas menjadi daya tarik konsumen sehingga konsumen akan melakukan pembelian berulang ulang yang nantinya akan meningkatkan penjualan. Kualitas pelayanan menurut Kotler (2005), merupakan harapan konsumen dan pelayanan dengan gambaran dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan harapan sebelumnya dan apa yang mereka terima atau rasakan.

Minat beli merupakan suatu kehendak individu untuk melakukan tindakan dalam membeli atau menetapkan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan. Minat beli menurut Kotler Keller (2016) adalah tingkah laku yang nampak pada konsumen yang terdiri dari kepercayaan konsumen pada suatu kualitas produk dan harga yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen.

Perkembangan bisnis dibidang kuliner diikuti dengan meningkatnya persaingan dunia bisnis warung makan, salah satunya warung makan bakso kantor biru di kecamatan baureno kabupaten bojonegoro. Pengelolah bisnis makanan berusaha lebih baik dalam membuat varian varian baru pada produk makanan bakso kantor biru, agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk tidak beralih kepada pesaing bisnis warung makan lainnya. Kualitas produk,

harga, dan pelayanan merupakan faktor penentu terhadap tingkat minat beli dan kepuasan pelanggan.

Pada usaha pembuatan bakso ini harus memilih lokasi yang strategis dimana bertempat di pinggir jalan poros yang menghubungkan daerah satu dengan daerah lainya, adapun tempat tersebut mudah dijangkau kendaraan yang berlalulalang, dan pastinya tempat yang dipakai tersedia lahan parkir, air bersih, dan tempat pembuangan limbah. Selain tempatnya di pinggir jalan poros, lokasi tersebut juga dekat persawahan karena berada di tengah-tengah desa, utamakan memilih lokasi usaha yang tidak berdekatan dengan restoran atau tempat makan yang menjual produk makanan serupa, agar peluang untuk mendapatkan omset ataupun keuntungan per harinya bisa lebih besar, dalam menikmati makanan atau hidangan tentunya setiap orang mempunyai alasan mengapa mereka cenderung memilih warung atau tempat konsumen ingin menikmati suasana yang berbeda, seperti halnya menikmati suasana yang lebih santai bersama keluarga, teman, maupun pasanganya, dilain itu ada pula alasan mereka cenderung memilih warung karena lebih praktis dan tidak repot dalam penyajiannya.

Di bojonegoro tepatnya di kecamatan baureno terdapat sebuah tempat makan atau warung bakso dengan bentuk bangunan yang sederhana. Setiap hari sangat ramai dikunjungi pelangganya, tempat makan ini diberi nama Warung bakso kantor biru. Karena tempatnya berwarna biru dan warung ini sudah berdiri lama lebih tepatnya sejak tahun 2015. Konsumen yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaanya dan sering makan di tempat tersebut. Bahkan banyak juga konsumen yang datang dari

luar kota. Warung bakso kantor biru memiliki keunggulan antara lain pengunjung bisa menikmati hidangan khas dengan suasana sejuk karena tempat ini berada di area persawahan, harga terjangkau dan dapat dipesan via online dan diantar sampai tujuan.

Dalam era persaingan bisnis saat ini yang semakin ketat dibidang usaha makanan, warung bakso ini berupaya untuk mempertahankan pelangganya. Hal ini dilakukan dengan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumen atau pelangganya. Alasan dipilihnya warung bakso kantor biru dalam penelitian ini dikarenakan warung ini memiliki keunikan yakni sering menciptakan varian varian baru dan disamping harga yang sangat terjangkau, juga suasana dan menu yang cocok untuk makan bersama teman ataupun keluarga. Hal ini jelas menunjukkan kecerdikan dan inovasi dari pihak pengelola warung bakso kantor biru dalam rangka berkompetisi dengan warung bakso lainnya.

Disisi lain persaingan usaha yang semakin ketat menyebabkan usaha secara tidak langsung dituntut meningkatkan mutu dan kualitas produknya serta harga dan pelayanan lebih baik dalam menjangkau konsumen sebanyak banyaknya, karena kualitas produk yang dihasilkan dan harga yang baik akan berpengaruh dalam minat beli konsumen dalam jangka panjang. Kualitas produk yang baik dengan proses produksi yang baik dan didukung dengan harga yang terjangkau akan membantu pemasaran produk, begitupun sebaliknya apabila kualitas produk tidak diperhatikan atau selalu berubah ubah dan harga yang tidak sesuai maka konsumen akan menjauh dan

menghindar dengan produk yang dihasilkan , dengan demikian usaha tersebut akan mengalami kesulitan dalam menarik minat beli konsumen.

Bedasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA BAKSO KANTOR BIRU BAURENO BOJONEGORO”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru?
2. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas palayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru?
3. Diantara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayan variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada bakso kantor biru.
2. Untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan kualitas palayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru.

3. Untuk mengetahui diantara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayan variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan memperhatikan penelitian, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan ilmu penelitian dalam bidang manajemen kaitanya dengan pengaruh minat beli.

3. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh pengetahuan yang luas dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan bahan bacaan atau referensi tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada bakso kantor biru.