

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri dan globalisasi dunia saat ini sedang meningkat secara drastis. Kondisi ini juga berpengaruh besar terhadap tingkat perekonomian dan konsumsi penduduk di Indonesia. Pernyataan tersebut diperjelas oleh Supriadi sebagai direktur dari perindustrian makanan. Beliau mengatakan bahwa adanya pertumbuhan pada industri makanan dan minuman yang ditargetkan akan naik sebesar 5% sepanjang tahun 2021 selama masa pandemi. Peningkatan tersebut dibuktikan juga dalam data BPS (Badan Pusat Statistik) yang menjelaskan dalam kuartal II tahun 2021, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 2,95 % yakni naik dari 2,45% pada triwulan sebelumnya. Ahad (2020) mengungkapkan bahwa semua sektor industri akan mengalami pemulihan ditahun 2021, terutama pada bidang makanan dan minuman yang tetap tumbuh positif di tengah situasi covid-19. Kondisi ini penting untuk menopang perekonomian Indonesia, dimana peran industri manufaktur salah satunya pada bidang makanan dapat menopang kontribusi dalam sektor pengolahan nonmigas hingga 17,9%. Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pertumbuhan pada bisnis kuliner masih mengalami kenaikan. Keadaan ini juga menandakan usaha kuliner sangat berpotensi dalam memperoleh pangsa pasar yang lebih luas dan makanan masih menjadi barang konsumsi yang tetap dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

Menurut keterangan dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2016, menunjukkan bahwa data mengenai perkembangan UMKM dari tahun 2000 hingga tahun 2013 jumlahnya menjadi 57.895.721. Data tersebut menjelaskan bahwa sektor UMKM terus meningkat secara bertahap. Pertumbuhan tersebut menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat dalam menciptakan produk unggulan dari pelaku UMKM. Dalam mempertahankan usaha yang dibangun, para pelaku bisnis juga perlu memastikan eksistensi usaha mereka agar dapat berjalan hingga jangka panjang. Melihat kondisi pandemic yang terjadi saat ini menyebabkan perubahan globalisasi ekonomi dan kerjasama internasional untuk *eksport import* produk oleh negara Indonesia kepada negara lain berjalan cukup lancar. Adanya kegiatan tersebut mengharuskan suatu negara, seperti negara Indonesia untuk lebih memperkuat aspek ketahanan nasional guna mencegah dan menangkal dampak negatif dari globalisasi itu sendiri.

Kemajuan *startup* bisnis dan perkembangan produk konsumsi yang pesat dapat mempengaruhi pembeli. Situasi ini ikut mempengaruhi perilaku masyarakat pada tingkatan aktivitas, pendapatan oleh penduduk yang masih mendorong semakin

diperlukannya makanan dan minuman yang praktis, mudah, dan cepat cara penyajiannya, serta bergizi tinggi (Carolina, dkk. 2015, dalam Sukmawati dan Ekasasi, 2020). Gaya hidup yang semakin modern secara bersamaan diikuti oleh adanya berbagai macam produk local yang bermunculan mengakibatkan tingginya permintaan terhadap produk siap makan, salah satunya adalah makanan ringan. Makanan ringan (*snack*) adalah makanan yang dikonsumsi sebagai selingan diantara waktu makan, seperti pada saat menemani waktu bersantai bersama keluarga, menonton televisi, atau melakukan pekerjaan. Perubahan ini menjadi tantangan bagi para pelaku usaha khususnya UMKM untuk memberikan penawaran terbaik dan terus berkarya menciptakan sebuah produk dengan inovasi serta kreatifitas di dalamnya.

Salah satu produk inovasi yang diciptakan yaitu Pros Cube. Produk ini merupakan salah satu *start up* bisnis yang berdiri pada tahun 2020, usaha ini bergerak di bidang *food and beverage*. Berawal dari melihat kondisi masyarakat yang masih kurang memahami akan pentingnya kandungan protein terhadap anak, menyebabkan beberapa penyakit yang dapat timbul seperti pada tingkat pertumbuhan. Kebiasaan lainnya yang ditunjukkan yaitu masyarakat masih gemar mengonsumsi makanan yang dalam kategori siap saji untuk menemani aktifitas harian mereka yang padat. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk makanan ringan dan berkembangnya jenis produk camilan yang ada di pasaran, membuat Pros Cube menciptakan produk *snack* dengan tinggi kandungan protein didalamnya.

Produk Pros menawarkan beberapa varian rasa yaitu *original special*, *dark chocolate*, *strawberry*, dan *white delight*. Kemasan yang digunakan yaitu *standing pouch* dan sachet dengan kisaran harga terjangkau antara Rp. 8.000 – Rp. 12.000, serta bahan baku yang digunakan sangatlah berkualitas seperti ISP (*Isolated Soy Protein*). Keunikan lain dari Proscube terletak pada bahan baku utama yang digunakan yaitu ikan segar. Komposisi tersebut dapat menjadi *value* dari produk Pros Cube dan kepraktisan dalam mengonsumsi produk, karena produk dapat dibawa saat berpergian.

Pada pemaparan diatas menjelaskan bahwa bisnis makanan masih memberikan peluang yang sangat besar untuk pelaku *start up* dalam mengembangkan usahanya. Karenanya, sebuah bisnis harus memiliki strategi dan meningkatkan kualitas produk, aspek bisnis dari segi layanan, serta mengetahui perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2009:188) keputusan pembelian adalah sebuah tahap evaluasi konsumen dalam membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, dan juga membentuk maksud untuk membeli barang yang paling disukai. Sangadji dan Sopiah (2013, dalam Sukmawati dan

Ekasasi,2020), berpendapat bahwa proses keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Demi menjaga konsumen tetap loyal dalam melakukan pembelian produk atau jasa, sebuah perusahaan perlu membuat batasan yang akan mengikat pelanggan agar terus menggunakan produk tersebut.

Perusahaan akan dinilai dengan sangat baik apabila kinerjanya dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning pada bagian strategi pemasaran. Widyastuti (2018, dalam Sukmawati dan Ekasasi, 2020) mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas dalam sebuah produk memberikan dampak langsung pada kemampuan produk dan jasa yang memiliki fitur (karakteristik) untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan ketika pembuatan produk yang dihasilkan baik maka pelanggan biasanya akan melakukan pembelian ulang. Sebagai contoh pembuatan makanan dan minuman dengan bentuk yang unik dan rasa yang enak. Pada penelitian ini akan diteliti bagaimana pengaruh dari kualitas produk Pros terhadap keputusan pembelian produk Pros.

Menurut Tan (2011), Fure (2014), Baskoro dan Haryadi (2015) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Para pelaku bisnis diharapkan dapat meningkatkan *ability* dari perusahaan mereka serta memiliki persaingan yang unggul (*competitive advantage*) dalam menawarkan konsep layanan dengan baik kepada pelanggan (Santosa, 2019). Konsumen yang puas dengan pelayanan yang di berikan dan mampu memahami informasi dari sebuah produk yang di pasarkan akan memudahkan mereka untuk memutuskan melakukan pembelian barang tersebut, hal itu juga berkaitan dengan penjualan perusahaan yang dilakukan melalui offline dan online. Pada penelitian ini akan diteliti bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk pros.

Faktor lain yang juga penting dalam terjadinya keputusan pembelian yaitu gaya hidup. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chaterina (2016, dalam Sukmawati dan Ekasasi, 2020) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2018:168) Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang mengekspresikan pada situasi psikografisnya, dimana kebiasaan tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sekitar individu dan membentuk sebuah respon perubahan perilaku salah satunya dalam status kelas sosial atau kepribadian seseorang. Konsep gaya hidup ini dapat membantu pelaku bisnis untuk memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian. Maka dari itu perusahaan merencanakan program pemasaran dengan melihat apa yang disukai konsumen, dan mempelajari proses dari membuat produk hingga sampai pada tangan konsumen.

Contohnya yaitu membuat produk yang mengikuti pola makan konsumen yang beralih pada pilihan makanan cepat saji. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini juga meneliti bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pros. Dari fenomena dan uraian di atas, mendorong peneliti untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor lain yang dapat menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian, dilihat dari situasi saat ini. Variabel yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada produk Pros.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada ulasan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengajukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros?

### **1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Berdasarkan pada ulasan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengajukan ruang lingkup dan batasan penelitian sebagai berikut: Ruang Lingkup Penelitian ini dibatasi dengan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk Pros Cube di pengaruhi oleh kualitas produk kualitas pelayanan dan gaya hidup dari Pros Cube.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros.
3. Untuk mengetahui gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pros.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat-manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

#### **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan teori mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, gaya hidup, dan keputusan pembelian juga berguna untuk penelitian lanjutan sebagai bahan rujukan kedepannya.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam mengelola kualitas produk, kualitas pelayanan, dan gaya hidup dari produk Pros untuk meningkatkan keputusan pembelian.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 TINJUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka atau model konseptual, dan pengembangan hipotesis.

#### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sample, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, statistik deskriptif, dan pengujian kualitas data.

#### **BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjabarkan mengenai penyebaran dan pengembalian kuisioner, gambaran umum responden (karakteristik demografi), hasil pengujian kualitas data, dan pembahasan.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian