

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, perkembangan dunia bisnis di Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan, khususnya dalam sektor kuliner. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, kuliner tidak lagi sekadar menjadi kebutuhan konsumsi, melainkan telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Segmen makanan ringan menawarkan peluang yang menjanjikan, terutama karena generasi milenial cenderung mencari camilan yang praktis dengan beragam varian rasa. Hal ini membuka peluang bagi perusahaan di bidang makanan ringan untuk menghadirkan produk yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar. Inovasi dalam hal cita rasa, desain kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor penting dalam membangun daya tarik merek dan memperluas pangsa pasar. Ketersediaan makanan ringan pun semakin luas, tidak hanya di toko fisik seperti minimarket dan gerai makanan, tetapi juga melalui platform digital seperti e-commerce dan aplikasi layanan pesan antar. Kemudahan akses ini meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian sesuai kebutuhan mereka. Oleh karena itu, perhatian terhadap faktor-faktor pemasaran dan distribusi berperan penting dalam mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen.

Korean Dimsum merupakan salah satu usaha kuliner yang menawarkan beragam varian dimsum dan kini menjadi camilan favorit di kalangan anak muda. Produk ini diminati oleh konsumen dari berbagai usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Berbeda dengan dimsum pada umumnya di Indonesia yang mayoritas berbahan dasar daging ayam, Korean Dimsum menghadirkan variasi menu yang lebih beragam seperti odeng, chikua, bola ikan, tofu, serta beberapa jenis siomay. Keunikan dalam pilihan menu ini menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi generasi muda yang gemar mencoba makanan baru dengan cita rasa yang khas. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga merekomendasikan produk kepada orang lain serta merasa puas dengan pengalaman konsumsinya. Menurut Kotler dan Keller (2012), keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari proses yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian

informasi, evaluasi alternatif, pembelian, hingga evaluasi pascapembelian. Sementara itu, Listyorini et al. (2012) menyatakan bahwa meningkatnya keputusan pembelian konsumen berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan demikian, pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah kualitas produk. Untuk mencapai laba yang optimal, perusahaan harus mempertimbangkan bagaimana keputusan pembelian konsumen terbentuk terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hanifaradiz dan Satrio (2016) menambahkan bahwa strategi pemasaran yang tepat akan memberikan arah yang jelas bagi perusahaan, sehingga dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian. Fokus pada perilaku keputusan pembelian konsumen menjadi hal yang krusial dalam menjaga keberlanjutan bisnis, karena proses tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas produk (Safitri & Santoso, 2023).

Menurut Gowen (2022:20), mutu suatu produk adalah seberapa baik produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk dapat dianggap sebagai penilaian total dari konsumen terhadap performa barang atau layanan. Dalam tahap pengembangan produk, pemasaran pada awalnya perlu menentukan tingkat kualitas yang akan mendukung penempatan produk di pasar. Penelitian Emiliana dkk (2023) juga mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa mutu produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan membeli.

Dari pemaparan latar belakang tersebut yang mendasari penulis melakukan riset lebih mendalam, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Korean Dimsum di Kota Madiun”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diberikan, maka pertanyaan penelitian dalam kajian ini adalah: Apakah mutu produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap pilihan pembelian Korean Dimsum di Kota Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada konteks dan permasalahan yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi apakah mutu produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pilihan membeli Korean Dimsum di Kota Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat penelitian ini:

a. Manfaat bagi akademisi

Manfaat dari penelitian akademis ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para akademisi dalam melaksanakan penelitian di masa depan.

b. Manfaat praktis

1) Bagi konsumen

Bagi konsumen, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menentukan dan memilih korean dimsum yang sesuai.

2) Bagi Peneliti

Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi mengenai pengaruh kaulitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan skripsi terdiri dari bab 1 – 5

BAB 1 PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup penjelasan tentang konteks permasalahan, pertanyaan penelitian, sasaran penelitian, keuntungan penelitian, serta struktur penulisan proposal skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi dasar-dasar teori, analisis penelitian sebelumnya, penetapan hipotesis, serta kerangka penelitian yang menjadi dasar studi ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, pengenalan variabel, pengertian operasional dan metodenya, tipe serta sumber informasi yang dimanfaatkan, populasi dan sampel yang diteliti, serta metode pengumpulan data yang digunakan.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan proses analisis data serta penjelasan mengenai teknik analisis yang digunakan. Seluruh hasil analisis dibahas secara rinci dalam bab ini.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tahapan analisis data yang dilakukan, termasuk metode analisis yang digunakan dalam penelitian. Seluruh hasil pengolahan dan interpretasi data dijelaskan secara mendalam dalam bab ini.