

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan berbagai Industri mengalami kemajuan yang sangat pesat. Setiap perusahaan berupaya untuk tetap bertahan dan bersaing dalam pasar saat ini. Usaha kuliner sudah menjadi sebuah usaha yang tidak asing untuk ditemui, setiap daerah bisnis kuliner ada dengan berbagai produk yang dipasarkan. Produk makanan dan minuman merupakan produk kebutuhan pokok yang peluang usahanya besar, apabila di sertai dengan strategi dan manajemen pemasaran yang benar.

Produk atau layanan dapat sampai kepada konsumen dengan baik didasari dengan adanya pemasaran yang efektif dari sebuah perusahaan. Manajemen pemasaran merupakan suatu proses dalam melakukan perencanaan, pengimplementasian yang mengarahkan, melakukan koordinasi serta melakukan pengawasan dalam aktivitas pemasaran disuatu perusahaan sehingga tujuan dari perusahaan tersebut akan tercapai secara efisien dan efektif (Aisyah, 2020). Dengan demikian perusahaan akan dengan mudah menata usahanya dan melakukan upaya untuk tetap dapat bersaing dan berusaha bagaimana cara untuk menarik konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas, memberikan promosi, berinovasi dan strategi pemasaran lainnya.

Kualitas produk merupakan factor determinan dalam keputusan pembelian konsumen. Produk dengan kualitas yang unggul, ditandai dengan rasa yang lezat dan daya tahan yang lama, cenderung lebih menarik minat konsumen dan

mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Kualitas produk menjadi kriteria yang perhatian dari konsumen dalam membeli suatu produk. Setiap pelanggan mengharapkan adanya kualitas produk (Simbolon et al., 2020). Riset yang dilakukan oleh (Susriyanti et al., 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi factor dominan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Fortunate Taste Vegetarian Batam.

Promosi menjadi salah satu perhatian pelanggan untuk melakukan pembelian, dan dapat meningkatkan penjualan produk. Promosi merupakan suatu upaya atau strategi yang bertujuan untuk menarik minat konsumen yang melibatkan bauran promosi. Promosi digunakan untuk memotivasi konsumen agar dapat melakukan pembelian dengan adanya penawaran dari perusahaan. (Ratih Ayu Sekarini et al., 2023). Studi sebelumnya oleh (Eklesia et al., 2021) membuktikan bahwa adanya korelasi kuat antara strategi promosi dan inovasi dengan perilaku pembelian konsumen.

Inovasi Produk berperan signifikan dalam membentuk persepsi konsumen dan mendorong mereka untuk memilih produk tertentu. Inovasi produk memberikan nilai tambah tertentu yang membuat pelanggan tertarik dengan produk atau layanan tersebut daripada produk lain. Perusahaan harus terus berinovasi dan menawarkan produk terbaiknya dan berbeda dengan pesaing sehingga pelanggan akan lebih tertarik dan membeli produk tersebut (Permatasari & Maryana, 2021). Konsumen yang membutuhkan dan tertarik dengan item atau layanan yang ditawarkan akan dibeli sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Hasil riset dari

jurnal (Duha & Siagian, 2023) terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap perilaku pembelian konsumen.

Keputusan pembelian yang mengarah pada sikap pelanggan yang melakukan pembelian untuk kebutuhan pribadi maupun kebutuhan dalam rumah tangga (Sya'idah, 2020). Keputusan ini dilakukan atas dasar tertentu dan dapat dipengaruhi oleh penawaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan seperti adanya strategi promosi yang diterapkan berhasil merangsang minat beli konsumen.

Coffee Shop merupakan usaha yang menawarkan produk dan jasa. Coffee shop dapat dinikmati dengan berbagai varian minuman Coffee dan Non Coffee. Coffee shop sangat populer, sekarang ini ada banyak brand Coffee Shop yang dapat kita temui salah satunya Point Coffee.

Point coffee merupakan coffee shop yang dapat ditemukan diberbagai kota di Indonesia. Point coffee yang menyediakan menu minuman coffee dan non coffee yang disajikan langsung ketika diorder, point coffee memiliki beragam pilihan menu sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia.

Point coffee memiliki komitmen untuk menyajikan kopi berkualitas tinggi dengan menggunakan biji kopi asli pilihan dan peracikan barista profesional. Kualitas produk, Inovasi maupun Promosi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas terhadap konsumen.

Observasi yang dilakukan pada point coffee yang berada di Simpang Nato jumlah pengunjung yang datang di Point Coffee sangat beragam setiap harinya

pernyataan ini dibenarkan oleh barista yang bekerja di Point Coffee Simpang Nato.

Berikut tabel data pengunjung pada point coffee Simpang Nato 5 bulan terakhir:



Gambar 1. 1 Data Pengunjung

Sumber : Data diolah oleh Peneliti

Pada Gambar 1.1 dapat di lihat pengunjung Point Coffee mengalami peningkatan setiap bulannya. Pada bulan mei pengunjung yang datang masih sedikit sekitar 36 orang/hari dan jika di jumlahkan dalam 1 bulan berkisar 1008 orang. Pada bulan September pengunjung yang datang mengalami peningkatan. Berdasarkan pernyataan dari baristanya, hal ini dikarenakan pada bulan September terdapat Promo minuman yang beragam dan adanya menu baru yang dikeluarkan oleh Point Coffee sehingga menarik pelanggan untuk membeli

Dari survei yang dilakukan oleh peneliti di Point Coffee Simpang Nato pada bulan September 2024, bahwa rating point coffee cukup baik . Untuk itu perusahaan perlu mempertahankan kualitas produknya karna kualitas produk merupakan bentuk pertimbangan pelanggan untuk membeli Peneliti juga melakukan survei

terhadap konsumen Point Coffee ada pun pernyataan dari konsumen bahwa terdapat penurunan dan perbedaan rasa minuman yang di sajikan oleh setiap barista. Hal ini berkaitan dengan penyajian minuman dari barista yang masih belum konsisten.

Tabel 1. 1 Bentuk Promosi

Promosi	Gambar	Keterangan
Diskon I do Like Monday		Bentuk promosi Point Coffee yang diadakan setiap hari senin. Setiap hari senin terdapat promo potongan harga dengan item produk yang berbeda-beda setiap minggunya.
Beli 2 Gratis 1		Promo Point Coffee yang diadakan setiap hari Jumat dengan. Setiap pembelian 2 item Produk Point Coffee dapat 1 gratis Point Coffee item yang telah ditentukan
Potongan 6.000		Bentuk promo setiap pembelian 2 item maka pelanggan akan mendapatkan potongan 6.000.
Promo Menu Baru		Promo yang lakukan oleh Point Coffee untuk item produk baru launching. Melakukan promo potongan harga
Promo Kemerdekaan		Promo yang diadakan pada bulan Agustus Dalam rangka memperingati Kemerdekaan.

Sumber : Data diolah oleh Peneliti 2024

Bentuk promosi yang di berikan oleh point coffee cukup menarik perhatian bagi konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari barista bahwa Promo yang dilakukan Point Coffee beragam. Promo diadakan pada hari dan event tertentu. Sehingga kebanyakan pelanggan melakukan pembelian pada saat promo sedang berlangsung. Hal ini menjadi perhatian bagi perusahaan dimana pelanggan lebih banyak membeli pada saat promo sedang berlangsung dibandingkan dengan hari biasa yang tidak ada promo, penjualan mengalami penurunan.

Tabel 1. 2 Inovasi Produk Point Coffee

Periode	Bentuk Inovasi	Gambar
1 Mei 2024	Point coffee melakukan inovasi dengan menciptakan produk minuman baru.	
Juni	-	-
15 Juli 2024	Point coffee melakukan inovasi dengan menciptakan produk minuman baru.	
16 Agustus 2024	Point coffee melakukan inovasi dengan menciptakan produk minuman baru.	
September	-	-

Sumber : Data diolah oleh Peneliti 2024

Dari keterangan dari barista bahwa pada tahun 2024 point coffee menciptakan variasi produk baru. Inovasi produk yang diciptakan diharapkan mampu menarik minat pembelian konsumen. Pada bulan mei point coffee menciptakan variasi produk baru dan launching pada tanggal 1 mei. Akan tetapi bahan baku pada point coffee simpang Nato belum tersedia. Sehingga ini menimbulkan penurunan penjualan dan kekecewaan bagi konsumen yang ingin mencoba produk baru point coffee. Point coffee mengadakan inovasi produk berfokus pada menu baru, sedangkan harapan konsumen adanya inovasi pada topping minuman point coffee

Dalam penelitian ini akan dibahas bagaimana pengaruh kualitas produk, kegiatan promosi serta inovasi produk pada Keputusan Pembelian, maka peneliti mengangkat judul penelitian “ **Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian di Point Coffee Indomaret Batam**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian permasalahan sebelumnya, dapat diidentifikasi bahwa :

1. Terdapat beberapa produk point coffee yang belum konsisten dengan kualitas rasa yang di sajikan oleh barista.
2. Terdapat beberapa Promosi yang berjalan tetapi stock bahan baku belum tersedia
3. Kurangnya inovasi dalam menciptakan varian baru dari produk point coffee sesuai yang diharapkan oleh konsumen
4. Keputusan pembelian dari pengunjung Point Coffee terhadap produk Point Coffee menurun dikarenakan kualitas produk, promosi dan inovasi produk.

1.3 Batasan Masalah

Dari masalah diatas maka penelitian akan dibatasi dengan ruang lingkup :

1. Variabel Independent adalah kualitas produk, promosi dan Inovasi Produk.
2. Variabel dependent adalah keputusan pembelian
3. Objek pada penelitian ini adalah pengunjung dan pembeli Point Coffee Simpang Nato Batam
4. Populasi adalah konsumen yang membeli produk coffee dan noncoffee di Point Coffee.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Point Coffee simpang Nato?
2. Bagaimana Promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Point Coffee simpang Nato?
3. Bagaimana Inovasi Produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Point Coffee simpang Nato?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Inovasi Produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk Point Coffee Simpang Nato?

1.5 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk di Point Coffee Simpang Nato.

2. Untuk menganalisis sejauh mana promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk di Point Coffee Simpang Nato.
3. Untuk menganalisis sejauh mana Inovasi produk mempengaruhi keputusan pembelian produk di Point Coffee Simpang Nato.
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan dari Kualitas Produk, Promosi, dan Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian produk Point Coffee Simpang Nato.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai tambahan informasi dan pemahaman lebih dalam tentang kualitas produk, promosi, dan inovasi produk.
2. Sebagai sumber referensi untuk penelitian lanjutan yang bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya kualitas produk, promosi dan inovasi produk.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk memahami bagaimana kualitas produk, promosi dan inovasi produk dapat memengaruhi cara pelanggan bertindak saat mereka membuat keputusan pembelian.

2. Untuk Perusahaan

Memberikan gambaran untuk perusahaan dalam mengembangkan usaha dan strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan produknya dimasa depan.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Diharapkan riset ini dapat menjadi acuan pembelajaran positif bagi para pembaca dan sebagai dokumen.

4. Untuk Peneliti berikutnya

Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya tentang manajemen pemasaran dengan variabel Kualitas produk, Promosi dan Inovasi produk dan Keputusan Pembelian