

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran dalam suatu usaha memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan suatu usaha. Usaha akan maju jika kualitas produk diminati oleh konsumen, kualitas produk berperan penting untuk memutuskan membeli barang dari kualitasnya. Mempertahankan kualitas produk sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Media sosial juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat pembeli. Dan juga dengan media sosial memudahkan konsumen untuk melihat produk-produk yang akan dijual atau dipromosikan tanpa bertemu secara langsung dengan penjual, media sosial juga mudah di akses dimana saja oleh semua kalangan (Hotimah et al., 2022).

Salah satu tujuan perusahaan adalah mempertahankan eksistensi kinerja perusahaan melalui pertumbuhan penjualan. Perusahaan dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan dapat menghasilkan produk atau jasa sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen, yang nantinya akan diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan yang akan berdampak terhadap laba yang diperoleh. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup ditengah persaingan usaha yang semakin ketat bagi perkembangan usaha (Walyoto & Sujarwati, 2022)

Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang bakery dengan menyediakan berbagai jenis menu roti dan kue basah tradisional yang berkedudukan di wilayah kota Medan adalah Toko Kania Bakery. Toko Kania Bakery berawal dari hobi dan menggeluti kursus kue, mencoba kesempatan memulai bisnis kuliner pada tahun 2004 yang sampai sekarang kian berkembang dan menjanjikan. Di Indonesia sendiri, konsumsi makanan dan minuman mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya (Goodstats, 2022).

Dengan semakin meningkatnya ketertarikan dan daya minat konsumen terhadap kuliner, hal ini mendorong semakin berkembangnya produk-produk kuliner. Hal ini juga dimbangi dengan selektifnya keputusan pembelian dalam memilih produk kuliner yang ada. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan sekumpulan dari jumlah keputusan yang terorganisir, yang mempertimbangkan tentang keputusan pembelian terhadap jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualan, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan dengan cara pembayaran (Anggraini & Ilhami, 2023).

Hasil survey awal menjelaskan bahwa toko Kania Bakery terkenal dengan memproduksi roti, dan kue basah tradisional yang memiliki banyak varian rasa yang enak, tidak menggunakan bahan pengawet dan sari gula sehingga aman untuk dikonsumsi. Toko Kania Bakery mengutamakan kualitas produk yang dihasilkan untuk kepuasan konsumen serta menarik para konsumen agar terus membeli produknya. Harga yang ditetapkan juga sangat terjangkau dan bisa dinikmati oleh semua kalangan. Selanjutnya, faktor promosi menjadi hal yang

harus segera dibenahi untuk meningkatkan performa toko Kania Bakery. Upaya promosi yang pernah dan sedang dilakukan oleh toko Kania Bakery adalah dengan menggunakan media sosial dan aplikasi penjualan online seperti Grab-Food, instagram, whatsapp dan sejenisnya



Penggunaan media sosial memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap tingkat penjualan toko Kania Bakery selama tahun 2022-2023. Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di jejaring sosial, faktor-faktor tersebut adalah atmosfer, promosi, kepercayaan, dan karakteristik konsumen (Sugianto, 2016).

Dalam menjalankan usahanya toko Kania Bakery ini pastinya menghadapi persaingan yang terjadi di lingkungan usaha dimana banyak usaha sejenis pun yang hadir sehingga mengakibatkan masyarakat yang juga sebagai konsumen memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian terhadap produk Kania Bakery. Persaingan yang sangat ketat dalam industri bakery membuat toko Kania Bakery mengalami kesulitan dalam mengembangkan pangsa pasar dan menambah konsumen baru. Hal ini menyebabkan penjualan toko Kania Bakery di antara tahun 2022-2023 cenderung tidak stabil dan tidak ada peningkatan yang drastis. Berikut ini adalah produk dan harga yang peneliti peroleh dari hasil observasi awal:

Tabel 1.1 Jenis-Jenis Produk Pada Toko Kania Bakery

| No. | Produk/Menu | Kisaran Harga |
|-----|------------------|----------------------|
| 1. | Aneka Kue | Rp. 2.500 – 15.000 |
| 2. | Aneka Bolu | Rp. 25.000 – 60.000 |
| 3. | Aneka Roti Tawar | Rp. 18.000 – 35.000 |
| 4. | Aneka Roti | Rp. 9.800 – 23.500 |
| 5. | Aneka Cake | Rp. 69.000 – 125.000 |
| 6. | Aneka Selai | Rp. 16.000 – 17.500 |

Hasil Survey Awal Februari 2023

Berdasarkan tabel diatas produk yang diberikan oleh toko Kania Bakery menyajikan 6 aneka produk yang mempunyai kisaran harga yang bervariasi serta masing-masing memiliki perbedaan peminat dari konsumen. Namun dengan hal

ini, apakah produk yang dihasilkan oleh toko Kania Bakery juga mempunyai kualitas dan pemasaran yang bisa menarik minat para konsumen untuk membelinya.

Dari paparan latar belakang diatas, maka penulis ingin meneliti seberapa besar pengaruh kualitas produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian pada toko Kania Bakery, dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Kania Bakery”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery?
2. Apakah ada pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian di Kania Bakery.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan diharapkan akan memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi sebagai bahan masukan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian melalui peningkatan kualitas produk dan media sosial.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman bagi dunia usaha dan mengambil keputusan tentang kualitas produk dan media sosial.

