

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkena dampak pandemi covid-19 yang sangat mendunia membuat perekonomian menjadi terpuruk seperti sektor perdagangan, transportasi, pariwisata dan lainnya, hampir seluruh sektor terkena dampak serius akibat pandemi covid-19. Perekonomian di Indonesia menurun dan pada akhirnya mempengaruhi kinerja industri dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Pandemi covid-19 juga memberikan tantangan untuk pelaku bisnis supaya bisa tetap berjalan saat pandemi terjadi, karena saat situasi seperti ini semua sektor akan terhenti (Rizal & Wedhaswary, 2020). Masyarakat dihimbau untuk menjaga kondisi dan tetap tinggal dirumah selama pandemi untuk memutus penyebaran covid-19 supaya tidak meluas, pemberlakuan ini membuat bisnis di Indonesia mengalami penurunan. Hal ini yang harus dipikirkan oleh pengusaha-pengusaha, strategi seperti apa yang harus dilakukan supaya bisnisnya tidak mengalami kebangkrutan. Para pengusaha bisnis juga dituntut untuk mempersiapkan strategi pemasaran yang cocok dalam memasuki era new normal seperti saat ini. Dalam situasi seperti saat ini pelaku bisnis diharuskan melakukan evaluasi untuk menciptakan inovasi dari segi produk maupun segi layanan dalam menuju era new normal (Jannah, 2020). Pelaku bisnis juga harus dapat memilih strategi pemasaran yang sesuai di era pandemi covid-19, supaya para pelaku bisnis dapat tetap memasarkan produknya tanpa harus mengalami kebangkrutan. Konsumen lebih berhati-hati saat berbelanja karena takut terjadi penyebaran virus covid-19 yang tidak

diinginkan maka dari itu pengusaha juga harus benar-benar memperhatikan bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang cocok pada saat pandemi seperti menggunakan aplikasi yang ada, lewat *online* supaya konsumen tetap mengkonsumsi produk yang telah dipasarkan oleh pengusaha bisnis.

Salah satu usaha yang memiliki perkembangan saat ini adalah bisnis kuliner, menurut Adhi S. Lukman Ketua Umum Asosiasi Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) dalam Santia, T. (2020) mengatakan di tengah pertumbuhan perekonomian Indonesia di kuartal II yang berkontraksi -5,32 persen, industri makanan dan minuman masih bisa tumbuh sebesar 0,22 persen dan industri makanan minuman investasinya juga masih masuk dalam 5 besar dalam seluruh investasi di Indonesia. Tetapi pelaku bisnis juga harus memperhatikan protokol kesehatan dalam memasarkan produknya supaya konsumen tidak ragu untuk membeli produk yang dipasarkan. Bisnis kuliner juga merupakan usaha yang tidak akan habis dimakan zaman dan cukup menguntungkan karena makanan merupakan sumber kebutuhan bagi manusia. Bisnis di bidang makanan yang cukup menjanjikan ini contohnya adalah bisnis kue lapis yang berada di jalan Ahmad Yani Surabaya, Dengan tingkat kepopuleran yang tinggi hal ini membuat para pelaku usaha memanfaatkannya dengan mendirikan toko kue lapis, namun para pelaku usaha ini juga harus dapat bersaing untuk mendapatkan konsumen dikarenakan toko kue lapis khususnya di Surabaya sudah cukup banyak (Dicky Putra Mada, 2019).

Kue lapis kukus sudah ada sejak jaman dahulu dan sekarang mulai dikemas lebih modern untuk menyesuaikan zaman dan keinginan konsumen saat ini, Kue ini biasanya

terdiri dari dua warna yang berlapis-lapis, Kue ini dikukus setiap lapisannya sebelum kemudian lapisan di atasnya ditambahkan. Kue ini banyak ditemui di daerah-daerah di Indonesia. Kue lapis kukus ini merupakan kue yang digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya di Surabaya karena biasanya kue ini bisa dikonsumsi setiap waktu. Meski kue lapis kukus Surabaya ini digemari konsumen tetapi pengusaha kue lapis kukus harus tetap memperhatikan strategi pemasaran yang tepat karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan, banyaknya kompetitor seperti Amanda, Fortuna Brownies Kukus dan Lapis legit. Dengan adanya kompetitor ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan Lapis Kukus Surabaya. Lapis Kukus Surabaya menerapkan strategi komunikasi yang unik daripada pesaingnya yaitu Melalui gambar kemasan yang memperkenalkan beberapa tempat ikonik Surabaya dan manfaat-manfaat mengkonsumsi beberapa makanan sehat, dan juga menggunakan bahan-bahan yang sehat dan khas Indonesia yaitu tepung singkong menjadikan konsumen tertarik untuk mencoba rasanya. Penjualan akan lebih meningkat jika strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha tersebut tepat, tetapi tidak sedikit pula pengusaha kuliner yang mengalami kebangkrutan karena pelaku usaha sendiri tidak menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Untuk memperoleh keberhasilan dari suatu bisnis maka pengusaha harus memenangkan persaingan pasar yang diperoleh dari penerapan strategi pemasaran yang tepat, kualitas produk yang bagus dan dapat mengikat keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan juga memiliki peran penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan bisnisnya dan dapat dijadikan bentuk promosi

konsumen yang telah merekomendasikan kepada calon konsumen lain tentang produk yang sudah dibeli.

Kualitas produk menjadi instrumen penting dalam dunia bisnis hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, jika pelaku bisnis ingin konsumen mengkonsumsi produknya maka pengusaha bisnis tersebut harus menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dari konsumen yang sudah dilakukan riset pasar. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016:164). Kualitas produk ini harus diperhatikan oleh pengusaha dari bentuk sampai ketahanan, produk yang menarik akan lebih mudah laku atau dibeli konsumen. Setiap perusahaan atau pengusaha perlu untuk meningkatkan kualitas produknya, ini merupakan salah satu tujuan untuk memuaskan pelanggan. Untuk menarik minat konsumen banyak produk dihasilkan dari berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Setiap perusahaan atau pengusaha juga harus mampu menciptakan produk yang terbaik supaya kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Hal ini menuntun pengusaha untuk membuat strategi kembali untuk meningkatkan persaingan dalam melayani konsumen.

Harga juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian, selain kualitas produk pengusaha juga harus memperhatikan harga dari produknya. Jika harga yang ditetapkan oleh pengusaha tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan melakukan pembelian. Menurut Alma (2011) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak

kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Dikarenakan masyarakat Indonesia juga lebih memperhatikan harga terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian, maka dari itu pengusaha harus benar-benar tepat dalam memilih harga dari suatu produknya. Bagi perusahaan harga suatu produk didapatkan dari hasil proses panjang hal ini dikarena harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan untuk perusahaan, bagi konsumen harga merupakan hal yang sensitif untuk konsumen terhadap pembelian suatu produk tetapi tidak sedikit pula yang beranggapan jika harga mahal suatu produk akan mempunyai kualitas produk yang tinggi.

Selain kualitas produk dan harga yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah kualitas pelayanan, hal ini dapat membantu konsumen melakukan pembelian ulang dilain waktu. Menurut Fandy Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, dan pendapat tentang pelayanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik atau tidaknya tergantung dari pengusaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik dari pengusaha bisnis maka

konsumen akan memberi citra baik ke pengusaha, hal ini mendorong pengusaha untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Maka dari itu pengusaha harus menciptakan kualitas pelayanan yang cukup baik supaya konsumen sendiri merasa nyaman saat akan melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian terhadap suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan. Konsumen akan puas terhadap produk yang dibeli jika produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dari konsumen. Hal tersebut bisa menciptakan keputusan pembelian dari konsumen, keputusan pembelian merupakan salah satu yang terpenting bagi perusahaan karena keputusan tersebut akan membantu terjadinya pembelian yang berulang di masyarakat.

Lapis kukus Surabaya adalah salah satu oleh-oleh khas dari kota Surabaya. Kue lapis kukus Surabaya terbuat dari 3 lapisan roti yang sangat lembut. Kue lapis kukus Surabaya ini juga memiliki berbagai varian rasa, hal ini dilakukan supaya konsumen dapat memilih berbagai varian rasa yang disukai saat akan membeli kue lapis kukus Surabaya ini. Varian rasa yang ditawarkan oleh Lapis Kukus Pahlawan Surabaya pun ada bermacam-macam mulai dari varian original, brownies, choco pandan, hingga terang bulan. Adapun untuk varian original mirip seperti lapis Surabaya pada umumnya yang menggunakan perpaduan warna kuning dan cokelat. Cake yang berwarna kuning adalah yang rasanya original, sedangkan yang berwarna coklat menyuguhkan rasa cokelat yang legit. Varian satu ini ditaburi keju cheddar yang menambah rasa lezat dari Lapis Kukus Pahlawan Surabaya.

Di Surabaya sendiri sudah banyak sekali cabang-cabang outlet dari lapis kukus Surabaya ini mulai dari outlet resmi sampai mitra dari kue lapis kukus Surabaya. Tekstur dari kue lapis kukus Surabaya ini juga sangat lembut dan diolah dengan teknologi mesin terkini.

Lapis kukus Surabaya ini merupakan salah satu UKM yang membangun perekonomian Indonesia yang mampu bersaing dengan produk asing dan dapat dicintai oleh masyarakat Indonesia. Biasanya konsumen mengkonsumsi kue lapis kukus Surabaya di berbagai acara seperti, ulang tahun, jamuan untuk tamu, dan lainnya. Menurut Karyawan Kue Lapis Kukus Surabaya (2021) Kue lapis kukus Surabaya juga terkena dampak dari pandemi covid-19 ini, produk yang dipasarkan mengalami penurunan dikarenakan pemerintah menghimbau konsumen atau masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi suatu produk. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kue lapis kukus Surabaya saat pandemi ini memilih memasarkan produknya melalui website resmi dari lapis kukus Surabaya dan berbagai sosial media seperti instagram dan facebook untuk meningkatkan penjualan produknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam karena terdapat beberapa aspek yang ada pada bisnis oleh-oleh kue lapis kukus Surabaya yaitu kualitas produk kue lapis kukus suarabaya, harga yang sesuai, dan kualitas pelayanan yang cukup baik, aspek-aspek ini yang akan menunjang keputusan pembelian kue lapis kukus Surabaya dari konsumen. Jika aspek ini dapat berjalan sesuai keinginan dari konsumen maka dapat memberikan dampak positif bagi pelaku bisnis.

Pengusaha kuliner akan mencapai tujuan usaha sesuai apa yang diharapkan dan akan dapat menciptakan nilai-nilai yang positif bagi konsumen. Maka penulis akan mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Lapis Kukus Surabaya di Jln Ahmad Yani Surabaya Pada Era Covid-19”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disebutkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?
- b. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?
- d. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat tugas akhir bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

- b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- c. Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Darma Perguruan Tinggi

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian kue lapis kukus Surabaya di Jalan Ahmad Yani Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam Manajemen Pemasaran. Menambah pengetahuan dan wawasan baru, sehingga peneliti dapat memahami betapa pentingnya pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan penjualan produk khususnya melalui

kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang dihasilkan perusahaan pada saat pandemi covid-19.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian ini menjadi bahan kajian atau referensi bagi yang ingin mengembangkan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan manajemen pemasaran terutama dalam konsep Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan yang dapat meningkatkan penjualan produk, untuk menambah bukti teori empiris yang ada sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di Universitas.

4. Bagi Pembaca

Bagi pembaca yang umumnya hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang Pengaruh Kualitas Produksi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.