

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini kompetisi antar pebisnis semakin ketat, kualitas produk, strategi pemasaran serta harga merupakan factor kunci yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Produk ikan asin, yang merupakan salah satu komoditas pangan yang banyak dikonsumsi di Indonesia, memiliki pasar yang luas dan beragam. Toko Aprianti, sebagai salah satu penyedia ikan asin, perlu memahami bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kualitas tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap reputasi merek, loyalitas konsumen, dan profitabilitas jangka panjang. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya kualitas, perusahaan dituntut untuk secara konsisten menghadirkan produk yang memenuhi standar yang diharapkan. Analisis kualitas produk berfungsi untuk mengevaluasi berbagai aspek yang mempengaruhi performa dan daya tarik suatu produk. Ini meliputi faktor-faktor seperti bahan baku, proses produksi, desain, dan pengujian. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk mereka, serta mencari peluang perbaikan yang dapat meningkatkan daya saing.

Selain itu, perkembangan teknologi dan metode produksi baru, seperti penggunaan sistem manajemen mutu dan pendekatan berbasis data, memberikan

peluang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjaga kualitas produk. Dengan menganalisis kualitas produk secara mendalam, perusahaan tidak hanya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga menciptakan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan analisis kualitas produk secara berkala sebagai bagian dari strategi pengembangan dan perbaikan berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan memastikan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi, tetapi juga akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan suatu bisnis, terutama dalam industri makanan. Di tengah persaingan yang semakin ketat, pemahaman terhadap perilaku konsumen dan penerapan strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik minat dan meningkatkan penjualan. Salah satu produk yang memiliki pasar yang signifikan di Indonesia adalah ikan asin, yang merupakan makanan tradisional dan populer di berbagai kalangan.

Toko Aprianti sebagai salah satu penyedia ikan asin berusaha untuk meningkatkan daya saingnya melalui penerapan berbagai strategi pemasaran. Namun, belum ada penelitian mendalam yang mengevaluasi bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Toko Aprianti mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya beragam faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk dan harga, penting untuk menganalisis

bagaimana ketiga variabel ini saling berinteraksi dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola Toko Aprianti dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, serta berkontribusi pada pengembangan ilmu pemasaran dalam konteks produk lokal.

Harga adalah salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran yang memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks pasar ikan asin, faktor harga menjadi semakin penting mengingat karakteristik produk yang beragam serta pergeseran preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh tren dan kebutuhan diet. Ikan asin tidak hanya merupakan makanan pokok, tetapi juga memiliki nilai budaya yang kuat di Indonesia, sehingga strategi penetapan harga yang efektif dapat berkontribusi pada kesuksesan penjualan.

Di Toko Aprianti, penentuan harga ikan asin harus mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti biaya produksi, kualitas produk, tingkat persaingan di pasar, serta daya beli konsumen. Penetapan harga yang terlalu tinggi dapat mengalienasi konsumen yang lebih sensitif terhadap harga, sementara harga yang terlalu rendah dapat merugikan bisnis secara keseluruhan, terutama jika tidak mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk

menemukan keseimbangan yang tepat agar dapat menarik pelanggan sekaligus menjaga profitabilitas.

Selain itu, dengan meningkatnya kesadaran konsumen tentang kualitas dan kesehatan, faktor harga sering kali dikaitkan dengan persepsi kualitas. Konsumen cenderung menganggap produk yang memiliki harga lebih tinggi sebagai produk yang lebih berkualitas. Hal ini membuat Toko Aprianti perlu mempertimbangkan tidak hanya harga, tetapi juga bagaimana harga tersebut diposisikan dalam pikiran konsumen.

Belum banyak penelitian yang secara khusus membahas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana harga yang ditawarkan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai dinamika harga, serta membantu Toko Aprianti dalam merumuskan strategi harga yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh harga, Toko Aprianti dapat mengoptimalkan strategi pemasarannya untuk meningkatkan daya saing di pasar ikan asin yang semakin kompetitif, serta memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi Toko Aprianti, tetapi juga memberikan kontribusi pada literatur akademis mengenai pemasaran dan perilaku konsumen di sektor makanan lokal.

Melihat pentingnya ketiga faktor ini, penulis mengambil judul penelitian **PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN ASIN DI TOKO APRIANTI**. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengelola Toko Aprianti dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Riset ini agar tidak terlalu meluas, saya buat beberapa batasan. Dalam riset ini berkisar tentang Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Asin Di Toko Aprianti.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan pada identifikasi masalah, maka sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) ikan asin Di Toko Aprianti?
- b. Apakah Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) secara parsial ber pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) ikan asin pada Toko Aprianti?
- c. Apakah Harga( $X_3$ ) secara parsial ber pengaruh positif serta signifikan terhadap kputusan pembelian (Y) ikan asin pada Toko Aprianti?

- d. Apakah kualitas produk ( $X_1$ ), strategi pemasaran ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian ( $Y$ ) ikan asin di Toko Aprianti?.

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara menyeluruh riset ini bertujuan untuk menemukan, menguji dan mengembangkan sebuah teori yang benar dan nyata pada objek yang diriset. Tetapi secara khusus tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti.
3. Untuk diketahui berapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ikan asin di Toko Aprianti.
4. Untuk mengetahui bagaimana berpengaruhnya kualitas produk ( $X_1$ ), strategi pemasaran ( $X_2$ ) serta harga ( $X_3$ ) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) ikan asin di Toko Aprianti.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Untuk pemilik usaha, sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran dan memperhatikan kesesuaian harga, sehingga pelanggan akan mengambil keputusan membeli ikan asin di toko Aprianti.

2. Khusus Bagi penulis, ini sebuah pengalaman, wawasan baru dan informasi yang sangat berharga serta sebagai ruang pelatihan dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat selama kuliah.
3. Untuk kalangan akademisi, merupakan referensi maupun tambahan perbendaharaan ilmu serta sebagai pertimbangan para pihak yang memiliki kepentingan dalam mendeteksi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam keputusan pembelian oleh konsumen.