

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk selalu memberikan produk yang sesuai dengan minat konsumen yang berubah – ubah sesuai dengan model yang populer atau yang banyak diminati oleh konsumen dari tahun ke tahun [1]. Agar tujuan perusahaan bisa tercapai, perusahaan harus lebih bersifat fleksibel dalam mengikuti keinginan atau minat yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang sekarang.

Salah satu produk makanan yang banyak digemari oleh para konsumen di semua kalangan adalah roti. Banyaknya jenis roti ini tidak lain karena penjual roti yang mengerti bahwa roti telah memiliki pangsa pasar yang cukup besar di Indonesia, permintaan akan roti terus meningkat, walaupun roti bukan sebagai makanan pokok bagi orang Indonesia. Menanggapi hal tersebut, para penjual roti terus melakukan inovasi yang ditujukan agar dapat melahirkan produk jenis roti yang berbeda dari yang lain.

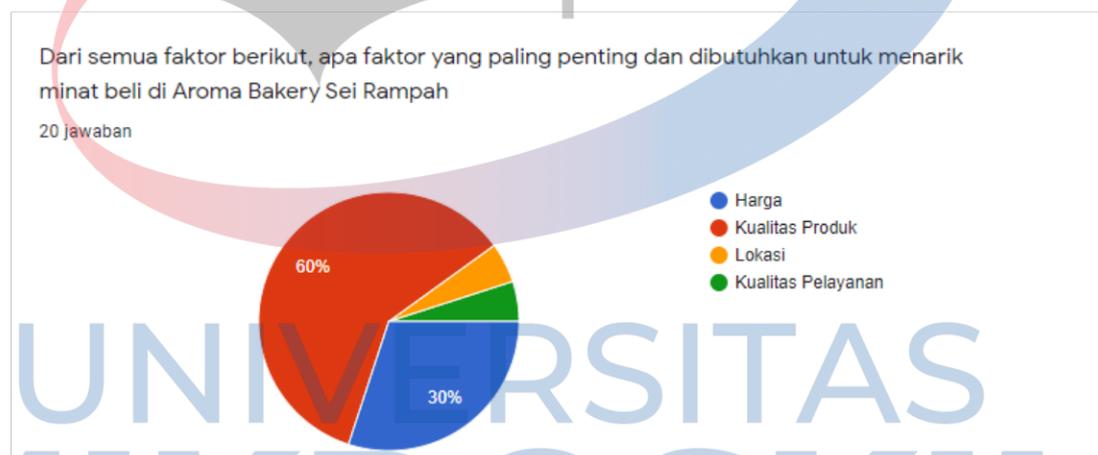
Aroma Bakery & Cake Shop adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha dagang kuliner toko roti dan kue. Aroma Bakery & Cake Shop sendiri didirikan oleh Bapak H. Suhardi pada tahun 2007. Salah satu outlet dari Aroma sendiri terletak di Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai. Lokasi Aroma yang terletak di Kecamatan Sei Rampah sendiri memiliki beberapa pesaing toko roti di sekitarnya, seperti Majestyk Bakery & Cake Shop, Neko – Neko Bakery & Cake, Roti Kacang Cap Rajawali dan Roti Kacang Cap Elang Mas.

Secara teori, minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Meskipun minat merupakan pembelian yang belum tentu akan dilakukan namun pengukuran terhadap minat beli umumnya dilakukan guna memaksimalkan prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian yang didasari oleh bermacam pertimbangan [2]. Konsumen yang memiliki minat beli disebut sebagai konsumen

potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian di masa sekarang dan bisa disebut sebagai calon pembeli. Minat beli konsumen akan muncul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat, dari sana muncul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya muncul keinginan untuk membelinya agar dapat memiliki produk tersebut.

Dari hasil prasurvey yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen diketahui bahwa 60% responden memilih faktor kualitas produk, 30% responden memilih faktor harga, dan faktor lokasi serta faktor kualitas pelayanan menjadi faktor yang terendah sebagai faktor yang paling penting dan dibutuhkan untuk menarik minat beli di Aroma Bakery. Dapat dilihat hasil dari prasurvey dalam bentuk diagram pada variabel minat beli konsumen pada gambar 1.1 di bawah ini.

Gambar 1.1 Prasurvey Minat Beli Konsumen (Y)



Sumber : Hasil Kuesioner Prasurvey (data diambil tahun 2021)

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah harga. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah variabel yang sangat penting bagi pelanggan karena akan menjadi landasan bagi pelanggan untuk dapat mengukur kesesuaian antara manfaat dari produk yang diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa uang maupun pengorbanan tertentu [3]. Harga yang ditetapkan oleh Aroma Bakery & Cake Shop cukup beragam dan terdiri atas jenis roti dan kue yang berbeda – beda. Di bawah ini disajikan perbandingan harga antara Aroma Bakery & Cake Shop dengan harga toko roti pesaing.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Antara Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah Dengan Toko Roti Pesaing

Nomor	Jenis Roti	Harga Pada Masing – Masing Toko				
		Aroma	Majestyk	Neko-Neko	Rajawali	Elang Mas
1	Roti manis dan roti tawar	Rp. 13.000/ bungkus	Rp. 11.000/ bungkus	Rp. 15.000/ bungkus	–	Rp. 15.000/ bungkus
2	Roti kacang	Rp. 6.000/ pcs	Rp. 5.000/ pcs	Rp. 7.000/ pcs	Rp. 30.000/ kotak (isi 21) dan Rp. 36.000/ kotak (isi 27)	Rp. 27.000/ kotak (isi 21) dan Rp. 35.000/ kotak (isi 27)
3	Roti coklat, kelapa, keju dan abon	Rp. 5.000 – Rp. 6.000/ pcs	Rp. 5.000 – Rp. 7.000/ pcs	Rp. 5.000 – Rp. 7.000/ pcs	–	–
4	Roti sobek	Rp. 15.000/ bungkus	Rp. 15.000/ bungkus	Rp. 15.000/ bungkus	–	–
5	Donat	Rp. 5.000/ pcs	Rp. 5.000/ pcs	Rp. 7.000/ pcs	–	–
6	Brownies	Rp. 40.000/ kotak	Rp. 50.000/ kotak	Rp. 50.000/ kotak	–	Rp. 30.000/ kotak
7	Bolu gulung	Rp. 55.000/ kotak	Rp. 50.000/ kotak	Rp. 40.000/ kotak	–	–
8	Bika ambon	Rp. 53.000/ kotak	Rp. 50.000/ kotak	Rp. 60.000/ kotak	–	–
9	Lapis legit	Rp. 55.000/ kotak	Rp. 60.000/ kotak	Rp. 60.000/ kotak	–	–
10	Chiffon	Rp. 30.000/ kotak	Rp. 40.000/ kotak	Rp. 45.000/ kotak	–	–

Sumber : Toko Aroma, Majestyk, Neko – Neko, Rajawali dan Elang Mas (data diambil tahun 2021)

Dapat dilihat pada data perbandingan harga di atas antara Aroma Bakery & Cake Shop cabang Sei Rampah bahwa harga roti yang ditetapkan oleh Aroma sendiri tidak jauh berbeda dengan toko roti pesaingnya. Perbedaan harga yang tidak terlalu jauh antara Aroma dengan toko pesaingnya dapat dikatakan tercipta persaingan yang sehat. Hubungan antara harga terhadap minat beli konsumen adalah konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik.

Dari hasil prasurvei yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen diketahui bahwa 90% responden mengatakan bahwa harga roti dari Aroma Bakery sudah terjangkau untuk konsumen dan 10% responden tidak setuju. Mayoritas konsumen yang setuju beranggapan bahwa harga roti Aroma Bakery terjangkau dan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Sementara, responden yang tidak setuju

beranggapan bahwa masih ada toko roti lain yang menawarkan harga roti lebih murah dari Aroma Bakery dan menganggap bahwa bentuk beberapa roti, seperti roti sobek atau roti manis tidak sesuai dengan harga roti sehingga terkesan harga roti terlalu mahal untuk ukuran yang tidak sesuai tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Viz Cake Pekanbaru” menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli [4]. Sementara hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory di Kota Padang” menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli [5].

Selain faktor harga, kualitas produk juga menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam memunculkan minat beli. Konsumen umumnya menginginkan kualitas produk yang terbaik pada produk – produk yang ingin dibeli. Perusahaan harus dapat menyesuaikan kualitas produknya terhadap konsumen dengan baik karena dapat membangun niat konsumen untuk membeli produk yang dimaksud [6].

Proses produksi roti di Aroma Bakery & Cake Shop dimulai dari penyediaan bahan baku sampai pembuatan adonan dilakukan dalam ruangan yang steril dan sangat dijaga kebersihannya. Aroma juga sudah memiliki label halal dari MUI dan seluruh bahan baku yang dipakai bersertifikat halal serta tanpa bahan pengawet. Hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen adalah kualitas dari suatu produk yang sesuai dengan harapan dan persepsi dari konsumen akan dapat membangun minat beli konsumen terhadap produk yang diinginkan.

Gambar 1.2 Prasurvey Kualitas Produk (X2)



Dari gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa cita rasa menjadi pertimbangan yang paling tinggi dibandingkan dengan tekstur dan tampilan dari roti. Selain itu, dari hasil wawancara dengan konsumen diketahui bahwa kualitas roti dari Aroma Bakery memiliki cita rasa yang enak dan memiliki banyak varian produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan. Tetapi, ada beberapa konsumen yang beranggapan bahwa kualitas dari roti Aroma Bakery tidak sesuai dengan harapan dan tidak memiliki suatu ciri khas yang membuat konsumen tertarik dengan produk rotinya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken di Bandung” menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli [7]. Sementara hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Le Minerale” menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli [8].

Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang serta akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang [9].

Lokasi dari Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah sendiri berada di Jl. Medan – Tebing Tinggi No 30, Kecamatan Sei Rampah yang berada di area jalan lintas Medan – Tebing Tinggi. Hubungan antara lokasi terhadap minat beli konsumen adalah lokasi yang tepat dan strategis akan memudahkan akses bagi calon konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan akan memberi sebuah keuntungan tersendiri bagi sebuah usaha untuk secara tidak langsung mempengaruhi minat beli konsumen.

Dari hasil prasurvei yang dilakukan terhadap 20 orang konsumen diketahui bahwa 80% responden mengatakan bahwa lokasi dari Aroma Bakery sudah strategis dan 20% responden tidak setuju. Mayoritas konsumen beranggapan bahwa lokasi dari Aroma Bakery cukup strategis, mudah untuk dijangkau dan berada di lokasi yang ramai. Sementara, responden yang tidak setuju beranggapan bahwa semenjak adanya

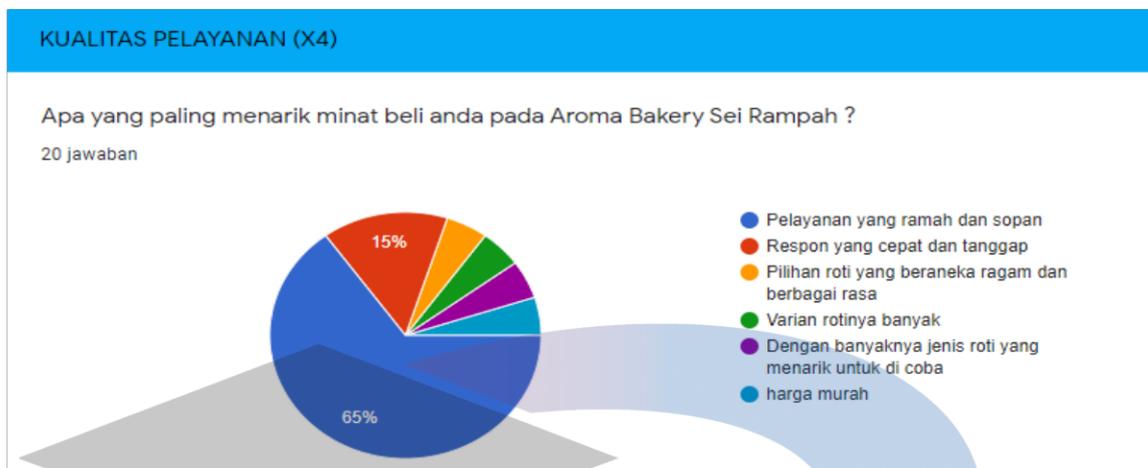
jalan tol, area jalan lintas Sei Rampah menjadi jarang untuk dilalui oleh konsumen dan lokasi dari Aroma Bakery yang dekat dengan sekolah membuat minat beli berkurang terutama pada waktu pulang sekolah dikarenakan terlalu ramainya anak sekolah di area Aroma Bakery untuk duduk maupun menunggu jemputan sehingga membuat konsumen merasa agak terganggu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Sate Kupak Bromo Medan” menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli [10]. Sementara hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe” menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli [11].

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten [12]. Dengan kualitas pelayanan, dapat membuat orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan memiliki minat beli.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Aroma kepada konsumen terlihat saat konsumen masuk ke toko, karyawan akan langsung menyapa dan mengarahkan konsumen menuju rak dan etalase yang menampilkan produk roti dari Aroma sehingga pembeli dapat langsung memilih roti yang diinginkan dan akan diambilkan oleh karyawan dengan nampan dan penjapit serta memakai sarung tangan. Selain itu, jika ada pertanyaan dari konsumen mengenai produk roti ataupun kue, sebisa mungkin akan dibantu oleh karyawan Aroma sampai konsumen mengerti. Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen adalah dengan adanya harapan dari konsumen atas kualitas pelayanan yang tinggi dan sesuai dari perusahaan/toko, maka konsumen akan memiliki minat untuk membeli produk dari perusahaan/toko tersebut.

Gambar 1.3 Prasurvey Kualitas Pelayanan (X4)



Sumber : Hasil Kuesioner Prasurvey (data diambil tahun 2021)

Dari gambar 1.3 di atas menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan adanya pelayanan yang ramah dan sopan serta respon yang cepat tanggap untuk menarik minat beli konsumen. Selain itu, dari hasil wawancara dengan konsumen diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Aroma Bakery seperti ramah, sopan dan membuat konsumen nyaman saat berbelanja. Tetapi, ada beberapa konsumen yang beranggapan bahwa karyawan dari toko roti Aroma Bakery terkesan tidak cekatan dalam merespon keluhan ataupun pertanyaan dari konsumen serta adanya karyawan yang tidak dapat menjelaskan informasi dari produk roti secara detail.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan BEGAL (Bebek Galak)” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli [13]. Sementara hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Steak Moen – Moen di Surakarta)” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli [14].

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir dengan memilih judul “**Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Roti Aroma Di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah?
5. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah?

1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma:

1. Variabel dependen : Minat Beli Konsumen (Y)
2. Variabel independen : Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Lokasi (X_3), dan Kualitas Pelayanan (X_4)
3. Objek Penelitian : Konsumen Roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah
4. Periode pengumpulan data : 2021 – 2022

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada produk roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai minat beli konsumen dan menambah wawasan mengenai masalah harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan serta minat beli konsumen terhadap produk roti Aroma Bakery.

2. Manfaat Praktis

Hasil dalam penelitian ini dapat memberikan informasi dan penambahan ilmu pengetahuan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kebutuhan, pemenuhan, dan keinginan konsumen, sehingga dapat menjaga konsistensi minat beli produk yang ditunjukkan oleh konsumen di Aroma Bakery & Cake Shop yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak – pihak Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah sebagai bahan evaluasi.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Ayam Goreng Nelongso Malang” [15].

Adapun beberapa hal yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen, yaitu harga dan lokasi sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen, yaitu harga, kualitas produk, lokasi, dan kualitas pelayanan. Peneliti menambahkan variabel kualitas produk karena semakin baik kualitas produk yang di tawarkan, maka minat beli dari konsumen akan meningkat. Kualitas produk yang baik akan menarik hati pelanggan untuk membeli produk tersebut dan konsumen akan merasa puas bila keinginannya telah terpenuhi, dengan produk yang di konsumsi [16]. Peneliti menambahkan variabel kualitas pelayanan karena perusahaan tentunya menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik dan ramah sehingga akan memberikan keuntungan kepada perusahaan jika kualitas pelayanan yang diberikan dapat memunculkan minat beli dari konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa senang dan membuat minat beli konsumen akan bertambah [17].
2. Objek pengamatan pada penelitian sebelumnya dilakukan pada konsumen di ayam goreng Nelongso Malang sedangkan objek pengamatan pada penelitian ini dilakukan pada konsumen roti Aroma di Aroma Bakery & Cake Shop Sei Rampah.
3. Periode penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.