

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang telah diuraikan diatas, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat menjadi ujung tombak pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Hal itu terjadi karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bersentuhan langsung dengan masyarakat yang berada di sekitarnya dan menggerakkan perekonomian kerakyatan.

Salah satu UMKM yang berada di daerah Bekasi adalah kebab yang cukup dikenal banyak orang yaitu kebab eyang kakung yang selalu ramai setiap malamnya penjualan setiap bulan 500 bungkus tetapi kebab eyang kakung ingin terus meningkatkan penjualan kembali dengan sebuah inovasi produk yang baru

Kualitas produk adalah ukuran yang menilai bagaimana suatu produk atau jasa mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut mantan pemimpin GE, Jhon F. Welch Jr (dalam Heryenzuz, 2017) mengatakan “Kualitas adalah jaminan terbaik kami dengan pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan”.

Kotler dan Armstrong (2010) mendefinisikan kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh

mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya, kualitas produk mempunyai delapan faktor yaitu Product Variety (variasi produk), Quality (kualitas produk), Design (desain produk), Features (fitur produk), Brand Name (nama produk), Packaging (kemasan produk), Sizes (ukuran produk), Services (layanan produk), Warranties (garansi produk), dan Return (pengembalian produk) Konsumen dapat menentukan membeli atau tidak suatu produk setelah menilai apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya atau tidak. Maka dari itu perusahaan pasti akan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya sebagai suatu daya tarik produknya .

Selain kualitas produk yang menyebabkan pelanggan tertarik untuk membeli adalah inovasi dari sebuah produk tersebut kebab eyang kakung sendiri menginovasi produk nya dengan berbagai bumbu di dalamnya dengan tambahan topping hingga penambahan menu. Rogers dalam penelitian Apriliani (2015) Inovasi produk merupakan suatu ide, gagasan , praktek atau objek atau benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh individu atau kelompok untuk diadopsi

Dari kualitas produk dan inovasi produk yang di tawarkan kebab eyang kakung maka timbul sebuah keputusan pembelian yang menjadi suatu hal yang perlu di perhatikan dalam sebuah persaingan bisnis UMKM.kotler dan Armstrong (2001) ialah proses pengambilan keputusan konsumen dimana customer betul-betul ingin membeli ,pengambilan keputusan adalah satu aktivitas pribadi yang langsung tersangkut dalam memperoleh dan menggunakan barang yang dijajakna. Pengertian lain keputusan pembelian ialah keputusan yang mengenai merk yang mana yang di beli

Berdasarkan uraian latar belakang diatas kebab eyang kakung memiliki banyak keputusan pembelian dengan kualitas produk, inovasi produk dan harga, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kualitas Produk ,Inovasi produk dan harga terhadap Keputusan pembelian (studi kasus pada Kebab eyang kakung).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah pokok penelitian yang terkait dengan kebab eyang kakung adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ada beberapa tujuan dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya di dalam dunia bisnis sehari-hari.

1.4.2 Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.3 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu usaha dalam Kebab eyang kakung