

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat dengan mengikuti kemajuan zaman dan teknologi. Sebagai negara dengan populasi yang besar dan ekonomi yang terus berkembang. Indonesia menawarkan berbagai peluang bisnis yang menarik, karena memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian negara, menciptakan lapangan kerja, serta mendukung pengembangan potensi lokal. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah industri makanan, karena memiliki potensi pasar yang luas dan terus berkembang, khususnya kue-kue tradisional yang telah menjadi bagian dari budaya kuliner Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik, (2024) industri makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2023 berjumlah 4,85 juta usaha, meningkat sekitar 21,13% dibanding tahun 2016 sebesar 4,01 juta usaha. Sehingga persaingan bisnis kuliner di Indonesia semakin ketat seiring dengan bertumbuhnya jumlah pelaku bisnis kuliner dan variasi kuliner yang ditawarkan.

Persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk mengatur dan menganalisis kondisi agar dapat menarik pembelian konsumen dengan menyediakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan promosi yang efektif. Sehingga, para pelaku bisnis kuliner dapat mempertahankan kelangsungan bisnis dan dapat meningkatkan pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Perkembangan bisnis kuliner yang semakin kompetitif, khususnya kue-kue tradisional seperti kue bolen, dapat memunculkan persaingan antar pebisnis kue bolen. Bolen merupakan kue khas dari Bandung yang umumnya terbuat dari potongan pisang yang dibungkus dengan lapisan adonan tepung terigu dengan tambahan isian potongan cokelat atau keju. Bolen memiliki tekstur lapisan luar yang renyah namun tetap lembut di bagian dalamnya. Kue bolen tidak hanya terkenal di Bandung, tetapi juga di berbagai daerah di Indonesia salah satunya di Kabupaten Jember.

Produsen kue bolen pisang di Kabupaten Jember terbilang cukup banyak yaitu berjumlah 11 yang tersebar di berbagai wilayah kecamatan. Salah satu produsen yang menjual kue bolen adalah Istana Bolen. Istana Bolen didirikan pada tahun 2017 yang artinya usaha ini sudah berjalan selama 8 tahun. Lokasi Istana Bolen terletak di Jl. Letjen Panjaitan No.39, Gumuk Kerang, Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pemilik Istana Bolen yaitu bapak Dzul kifli, seorang pengusaha muda yang memiliki kecintaan pada kue tradisional Indonesia. Selain itu Istana Bolen juga memiliki 4 orang karyawan yang berdedikasi dalam menjalankan operasional sehari-hari, memastikan kelancaran produksi dan pelayanan kepada pelanggan. Motivasi utama bapak Dzul kifli mendirikan Istana Bolen ini adalah untuk melestarikan dan mengembangkan warisan kuliner Indonesia, khususnya kue bolen, agar tetap relevan dan diminati oleh masyarakat. Nama “Istana Bolen” dipilih oleh pemilik karena termotivasi oleh toko bahan kue yang dikenal dengan nama Istana Kue. Pengalaman positif yang diperoleh dari toko kue memberikan inspirasi kepada bapak Dzul kifli untuk menggunakan nama “Istana Bolen” sebagai bagian dari identitas bisnisnya.

Produk utama yang ditawarkan oleh Istana Bolen adalah Kue Bolen dengan berbagai varian rasa yaitu rasa original, double keju, dan tiramisu. Kue bolen yang ditawarkan oleh Istana Bolen mulai menjadi camilan favorit bagi kalangan mahasiswa maupun pekerja. Data penjualan kue bolen di Istana bolen sebagai berikut: Pada bulan Januari 2024 sebanyak 687 *pack*, bulan Februari 2024 sebanyak 629 *pack*, bulan Maret 2024 sebanyak 683 *pack*, bulan April 2024 sebanyak 787 *pack*, bulan Mei 2024 sebanyak 924 *pack*, bulan Juni 2024 sebanyak 1089 *pack*, bulan Juli 2024 sebanyak 1167 *pack*, bulan Agustus 2024 sebanyak 1140 *pack*, bulan September 2024 sebanyak 879 *pack*, bulan Oktober 2024 sebanyak 633 *pack*, bulan November 2024 sebanyak 665 *pack*, dan pada bulan Desember 2024 sebanyak 954 *pack*. Penjualan kue bolen terbilang fluktuatif artinya dalam setiap bulan hasil penjualan tidak konstan dikarenakan semakin ketatnya persaingan yang terjadi.

Bertambahnya kompetitor lain di bidang sejenis akan berdampak pada eksistensi dan perkembangan Istana Bolen. Kompetitor baru bisa mempengaruhi penjualan, pangsa pasar, dan keuntungan yang didapatkan. Selain itu, adanya kompetitor baru juga dapat memicu perlombaan harga yang berpotensi merusak profit margin Istana Bolen. Berdasarkan adanya pesaing yang menjual produk kue bolen menyebabkan produsen harus berfikir lebih untuk menghasilkan produk kue bolen yang berkualitas dengan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen. Istana Bolen perlu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk kue bolen yang ditawarkan oleh Istana Bolen memiliki rasa yang lezat, memiliki tekstur lapisan luar yang renyah namun tetap lembut dibagian dalamnya, dan memiliki penampilan yang menarik menggunakan kemasan dengan kombinasi warna hitam dan kuning disertai dengan informasi produk seperti jenis varian, komposisi, tanggal kadaluarsa, dan lain sebagainya. Pada Istana Bolen, proses pembuatan kue bolen melibatkan 4 orang karyawan. Terjadinya pergantian karyawan berpengaruh terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Istana Bolen pernah mendapat komplain dari konsumen karena produknya cacat seperti kurang matang dan terkadang terlalu gosong.

Harga juga menjadi pertimbangan yang penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk akan menarik minat konsumen. Istana Bolen menetapkan harga kue bolen untuk varian rasa original (pisang coklat keju) isi 8 dengan harga Rp34.000, isi 10 dengan harga Rp40.000, dan isi 12 dengan harga Rp46.000. Untuk varian double keju dan varian tiramisu yang berisi 8 dengan harga Rp37.000, isi 10 dengan harga Rp44.000, dan isi 12 dengan harga Rp48.000. Namun, dalam industri kue bolen yang semakin kompetitif, Istana Bolen harus memperhatikan harga produk pesaing yang lebih murah. Hal ini penting untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan oleh Istana Bolen tetap kompetitif dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Promosi juga berperan penting dalam menarik pembelian konsumen. Dengan melakukan promosi yang tepat, konsumen dapat dengan mudah mengetahui keberadaan produk dan keunggulan yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan oleh Istana Bolen yaitu melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Selain itu, Istana Bolen juga pernah melakukan kolaborasi dengan komunitas kuliner lokal untuk mempromosikan produk kue bolen. Penawaran lainnya terkait promosi dilakukan disaat waktu tertentu seperti saat menjelang hari raya atau akhir pekan. Istana Bolen masih kurang maksimal dalam melakukan pembuatan konten promosi yang lebih menarik karena kurangnya sumber daya manusia yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Istana Bolen, perlu dilakukan analisis terhadap faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan melakukan survei kepada para konsumen Istana Bolen kemudian di analisis menggunakan metode regresi linier berganda menggunakan *SPSS 27 for Windows*. Berdasarkan latar belakang dan uraian fenomena masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bolen Di Istana Bolen Kabupaten Jember".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan menjadi fokus penelitian, diantaranya :

1. Apakah variabel kualitas produk, harga, promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember?
2. Apakah variabel kualitas produk, harga, promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi secara serempak terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue bolen di Istana Bolen.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan diharapkan mampu menjadi instrumen untuk melakukan perbaikan agar dapat membantu perusahaan dalam melakukan pengembangan produk dan meningkatkan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai dasar referensi untuk penyusunan penelitian selanjutnya pada waktu yang akan datang, khususnya untuk penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai dasar pengetahuan yang dapat digunakan penulis sebagai referensi, landasan teoritis, atau pembanding dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Monica dan Bahrn (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bay Tat Chanaya Di Kota Bengkulu”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung $115.975 > F$ tabel 1.7863 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya, terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen serta pengaruhnya bersifat positif.

Fatmawati dan Sismanto (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Syarah Bakery”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Syarah Bakery. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung $257.546 > F$ tabel 2.0638 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, variabel independen dan variabel dependen berhubungan kuat dan pengaruhnya positif. Variabel harga merupakan variabel yang paling dominan.

Gandi dan Lestari (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mammee Bakery Outlet M.Isa”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara

parsial variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Mammee Bakery Outlet M.Isa. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung $29,781 > F$ tabel 2,46 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Delicio Bakery Cafe Tebet Jakarta. Artinya, variabel independen dan variabel dependen berhubungan kuat dan pengaruhnya positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mammee Bakery Outlet M.Isa.

Kusumaningrum dan Christian (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian *Fusion Cake* di AMKC Bakery”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Produk, Harga, dan Promosi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Berdasarkan hasil Uji F dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh nilai F hitung $34,199 > F$ tabel 2,49 menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Isnabela dkk. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Violet Bakery Probolinggo”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Violet Bakery Probolinggo. Berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung $64,617 > F$ tabel 2,87 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Wulandari (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kue Bolen Di DKM *CAKE & COOKIES*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel Harga dan Pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji F dengan taraf 5% diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel