

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen menjadi kunci utama bagi keberhasilan perusahaan. Keputusan pembelian konsumen tidak lagi sekadar didorong oleh kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks, terutama yang berkaitan dengan atribut produk itu sendiri. Faktor seperti kualitas, fitur, desain, merek, harga, dan kemasan memiliki peran krusial dan memengaruhi keputusan pembelian (Putra A. D., 2021)

Konsumen saat ini lebih terinformasi, memiliki akses luas terhadap berbagai pilihan produk, dan lebih kritis dalam mengevaluasi nilai yang mereka peroleh dari suatu produk. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan memahami bagaimana faktor-faktor produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen di tengah perubahan dinamis ini. (Rhokim, 2022)

Selain itu, munculnya tren-tren baru seperti keberlanjutan, personalisasi, dan pengalaman konsumen juga memberikan dimensi baru dalam analisis faktor-faktor produk. Konsumen semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari produk yang mereka beli, mencari produk yang sesuai dengan preferensi individu mereka, dan mengharapkan pengalaman yang memuaskan dalam setiap interaksi dengan merek.

Industri ritel berkembang pesat seiring dengan perubahan gaya hidup yang semakin mengutamakan kemudahan dalam berbelanja. Minimarket Sidotemu yang terletak di daerah Krian Kabupaten Sidoarjo, menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Lokasi minimarket Sidotemu yang strategis di samping jalan raya dekat dengan pintu tol membuatnya semakin mudah dijangkau oleh banyak konsumen, sehingga meningkatkan potensi pembelian. Salah satu kategori produk yang banyak dibeli di minimarket adalah air mineral dengan berbagai macam merek dan kemasan terutama kemasan botol ukuran sedang dan besar. Ada beberapa merek air mineral yang tersedia dan bersaing seperti Aqua, Club, Ades, Le Minerale, Indomart, Ades dan lain-lain.

Beberapa konsumen yang membeli produk tersebut sangat bervariasi berdasarkan pertimbangan faktor-faktor produk seperti kualitas, harga, fitur, desain, merek, kemasan dan ketersediaan, layanan masyarakat dan inovasi produk. Transaksi keseluruhan rata rata mencapai 35% berdasarkan pembelian secara umum. Pihak owner dan manajemen ingin terus meningkatkan penjualan air mineral dengan mempelajari pengaruh faktor-faktor produk terhadap keputusan pembelian air mineral tersebut.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti mengambil judul : Analisis Pengaruh Faktor Faktor Pada Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Metode Regresi Linier (Studi Kasus di Minimarket Sidotemu Krian)

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh signifikansi faktor-faktor produk secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian ?
2. Seberapa besar pengaruh signifikansi faktor-faktor produk secara masing-masing (parsial) terhadap keputusan pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh signifikansi faktor-faktor produk secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh signifikansi faktor-faktor produk secara masing-masing (parsial) terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pengembangan Strategi Pemasaran yang lebih efektif

Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor produk yang paling memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, seperti kampanye iklan yang menonjolkan fitur-fitur produk yang paling dihargai oleh konsumen.

b. Pengembangan Produk yang Lebih Sesuai dengan Kebutuhan Konsumen

Dengan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan penjualan.

c. Penetapan Harga yang Optimal

Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menetapkan harga yang optimal untuk produk mereka. Dengan memahami nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk, perusahaan dapat menetapkan harga yang memaksimalkan keuntungan tanpa mengurangi daya tarik produk.

d. Peningkatan Daya Saing

Perusahaan yang memahami faktor-faktor produk dapat menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaing. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan pangsa pasar.

e. Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen

Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas cenderung akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

2. Bagi Konsumen

a. Meningkatkan Kesadaran Konsumen

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang faktor-faktor produk yang penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal ini dapat membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih rasional dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

b. Mendapatkan Produk yang Lebih Berkualitas:

Dengan adanya penelitian ini, perusahaan akan terdorong untuk meningkatkan kualitas produknya, karena konsumen akan lebih sadar tentang kualitas produk.

c. Mendapatkan Harga yang Lebih Adil:

Dengan penelitian ini, perusahaan akan lebih memahami nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk, sehingga perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih adil.

3. Bagi Peneliti dan Akademisi

a. Menambah Pengetahuan:

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

b. Mengembangkan Teori

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan dan menguji teori-teori tentang perilaku konsumen.

c. Memberikan Dasar untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian-penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk memfokuskan ruang lingkup penelitian, berikut adalah batasan-batasan yang diterapkan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di minimarket Sidotemu yang terletak di daerah Krian, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, dengan pertimbangan lokasi strategis minimarket yang berada di samping jalan raya dekat pintu tol.
2. Penelitian ini akan memfokuskan pada produk air mineral kemasan botol ukuran sedang dan besar dari berbagai macam merek yang dijual di minimarket Sidotemu.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk air mineral kemasan botol ukuran sedang dan besar di minimarket Sidotemu.
4. Faktor-faktor bebas (X) dititikberatkan pada faktor-faktor produk yang melekat pada produk itu sendiri dan tidak membahas faktor-faktor lain seperti faktor internal, faktor eksternal maupun faktor-faktor lainnya.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang berbelanja di minimarket Sidotemu.

1.5 Asumsi Penelitian

Berikut adalah beberapa asumsi yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Konsumen di minimarket Sidotemu membuat keputusan pembelian dengan mempertimbangkan factor-faktor produk utama dalam memilih produk.
2. Faktor-faktor produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimaket Sidotemu.
3. Tanggapan yang diberikan oleh responden melalui kuesioner mencerminkan pandangan dan perilaku konsumen yang sesungguhnya dalam memilih produk air mineral kemasan botol di minimarket Sidotemu.
4. Kondisi pasar di daerah Krian dan aksesibilitas lokasi minimarket Sidotemu yang strategis tidak mengalami perubahan signifikan selama periode penelitian.
5. Jumlah responden yang diteliti dikategorikan acak dan mewakili untuk dilakukan pengambilan data, pengolahan dan analisis data.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini akan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang mendasari penelitian, serta studi-studi terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta definisi operasional dari variabel-variabel yang diteliti.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjelaskan gambaran umum atau profil lokasi penelitian. Deskripsi menyangkut aspek-aspek pada lokasi penelitian, penyajian dari keseluruhan data yang di peroleh peneliti selama proses penelitian berlangsung.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan tentang hasil penelitian berupa kesimpulan dari bab sebelumnya serta pemberian saran terhadap hasil penelitian yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

