

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat baik perusahaan barang maupun jasa. Agar perusahaan tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya, maka perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Sektor usaha makanan pokok terutama daging ikan di Indonesia telah mengalami metamorphosis yang sangat pesat untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat maupun individu yang menikmatinya. Perkembangan yang pesat pada industri ini disebabkan, karena tingginya permintaan terhadap konsumsi daging ikan, tingkat konsumsi daging ikan akan terus naik setiap tahunnya, hal ini berarti tingkat permintaan akan kebutuhan dan keinginan terhadap konsumsi daging ikan juga semakin tinggi. Persaingan di dunia bisnis penjualan daging ikan menjadi semakin ketat. Perusahaan dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Peter dan Olson dalam sangadji dan Sopiah (2013:332). Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih.

Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus

diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui minat beli adalah kualitas produk dan saluran distribusi.

Kualitas produk menjadi hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Konsumen selalu ingin mendapat produk yang berkualitas sesuai harga yang dibayar walaupun terdapat sebagian besar masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang semakin baik akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253) kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”.

Faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu minat beli. faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Banyak perusahaan yang meremehkan faktor kualitas produk, sehingga mengakibatkan perusahaan tersebut gulung tikar sebelum mampu menguasai pasar. Daging ikan UD ASRI idealnya harus mampu memperhatikan faktor tersebut agar mampu bersaing dan bertahan melawan persaingan yang dari waktu ke waktu semakin ketat. Daging ikan UD ASRI merupakan salah satu penjual daging ikan tepatnya di wilayah desa blimbing kecamatan paciran kabupaten lamongan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen daging ikan di UD Asri paciran Lamongan ?
2. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen daging ikan di UD Asri paciran Lamongan ?
3. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging ikan di UD Asri paciran Lamongan ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen daging ikan di UD Asri paciran Lamongan ?
5. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli daging ikan di UD Asri paciran Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, perlu ditentukan tujuan penelitian yang ingin dicapai supaya tidak kehilangan arah selama penelitian dilakukan. Adapun tujuan dari tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen daging ikan di UD Asri di paciran Lamongan.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen daging ikan di UD Asri paciran Lamongan.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian daging ikan di UD Asri paciran Lamongan.
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli daging ikan di UD Asri paciran Lamongan.

5. Untuk menganalisis adanya pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli daging ikan di UD Asri paciran Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan manajemen fakultas ekonomi STIE Mahardhika Surabaya. Diharapkan penelitian ini juga bermanfaat bagi:

1. Aspek akademis.

Untuk menambah tingkat pengetahuan mahasiswa manajemen khususnya bidang pemasaran tentang kualitas produk dan saluran distribusi daging ikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Untuk menambah tingkat pengetahuan mahasiswa manajemen khususnya bidang pemasaran tentang kualitas produk dan saluran distribusi daging ikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

3. Aspek praktis

Sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya tentang variabel kualitas produk dan saluran distribusi daging ikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.