

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis. Bisnis tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia, bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kegiatan sehari-hari manusia. Saat ini, seorang pebisnis tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam mengambil tindakan bisnis, namun juga pengetahuan dan wawasan yang mendukung, sehingga keputusan bisnis yang diambil bisa diminimalkan risikonya, dan dioptimalkan keuntungannya.

Suatu perencanaan strategi pemasaran tidak bisa lepas dari sisi konsumen sebab konsumen mempunyai peranan penting, dimana konsumen sebagai alat ukur dalam menentukan keberhasilan suatu barang maupun jasa, maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengenali dan memahami konsumen yang akan mereka targetkan (*target market*). Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk

mencapai tujuannya. Tujuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, adalah untuk meraih keuntungan dari produk maupun jasa yang mereka pasarkan, semua itu tidak bisa didapatkan jika tidak mendapatkan pelanggan/konsumen.

Kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performasi. *keistimewaan*, kehandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan¹. Oleh karena itu, kualitas merupakan salah satu faktor yang penting untuk menenangkan persaingan. Karena kualitas bagi masyarakat zaman sekarang adalah sangat penting dibandingkan dengan kuantitasnya. Kondisi ini adalah tugas perusahaan untuk mengetahuinya. Jika kualitas suatu produk perusahaan tidak sesuai dan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, maka konsumen akan meniggalkan produk tersebut.

Untuk dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas dan sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan terlebih dahulu mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, suatu produk yang memiliki kualitas yang baik didukung oleh bahan bakunya yang berkualitas baik. Semakin baik bahan baku yang

¹ M.N.Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2010), 4.

digunakan maka kualitas dari produk-produk yang dihasilkan akan semakin baik pula.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang diinginkan dan dikehendaki pelanggan. Oleh karena itu, produk atau jasa yang dihasilkan harus terjangkau harganya dan kualitasnya bagus sehingga pelanggan puas dan tetap loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, tanpa mengurangi nilai profit perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka produk atau jasa yang dihasilkan harus selalu dikendalikan sehingga selalu sesuai dengan permintaan pelanggan.

Pelaku usaha dalam menciptakan produk harus menekankan kepada kualitas, melekatkan kelebihan-kelebihan lain yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis atau dibuat atau dijual oleh pesaing, pimpinan restoran seperti manajer berfokus untuk membuat produk dengan kualitas tinggi. Karena konsumen hanya menyukai produk yang berkualitas meskipun harganya lebih mahal.

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin

karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing².

Pembeli harus mengetahui tentang kualitas suatu produk, apabila pembeli kurang mengetahui tentang kualitas suatu produk bisa salah dalam mengambil suatu keputusan membeli. Pelaku usaha yang berpengalaman akan memberikan informasi, pendidikan dan pemahaman kepada setiap calon pembeli khususnya dan kepada masyarakat umumnya³.

Pembeli cenderung menilai kualitas suatu produk berdasarkan faktor-faktor yang mempunyai ikatan dengan produk tersebut. Faktor tersebut dapat bersifat instrinsik yaitu karakteristik produk seperti ukuran, warna, rasa atau aroma dan faktor ekstrinsik seperti harga, citra toko, citra merek dan pesan promosi. Apabila kelengkapan-kelengkapan yang terdapat dalam suatu produk itu sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen maka ini akan menimbulkan minat membeli.

Semakin berkembangnya tingkat persaingan dan semakin berkembangnya tuntutan konsumen, untuk memberikan kelebihan-

² Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 2006), 176.

³ Mulyadi Nitisusastro *prilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan* (Bandung Alfa Beta, 2012), 159.

kelebihan lain terhadap produk yang ditawarkan. Untuk membantu para konsumen meningkatkan pengetahuan dan pengenalan terhadap produk yang di tawarkan, pelaku usaha berusaha memasukan komponen-komponen lain terhadap produknya. Pelaku usaha juga menambahkan unsur bau atau aroma yang menyenangkan. Beberapa konsumen yang sensitif terhadap bau atau aroma, akan segera mengenali produk yang dicari hanya dari bau atau aromanya yang sudah dikenal atau disenangi. Dalam proses membeli, sekalipun keputusan belum terjadi, sejumlah kegiatan telah dilakukan oleh konsumen seperti mencari informasi, melakukan evaluasi dan memilih alternatif.

Dalam kondisi persaingan ekonomi yang ketat saat ini maka banyak perusahaan yang menjadi prioritas utama salah satu perkembangan restoran. Dengan maraknya restoran *fastfood* khusus wilayah Kota Serang yang membuat perusahaan restoran tersebut meningkatkan kualitas produk. Pihak perusahaan restoran harus lebih memperhatikan dari sisi kualitas produk yang di tawarkan kepada konsumen demi mencapai tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan pembeli, dengan maksud agar pembeli tetap loyal dan tidak pindah ke restoran lain.

Dari latar belakang masalah di atas penulis tertarik dan mencoba untuk mengangkat ke dalam skripsi dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Labbaik Chicken Terminal Pakupatan Serang)”*.

B. Pembatasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Labbaik Chicken Terminal Pakupatan Kota Serang Banten. Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan untuk mempermudah dalam pemecahan masalah di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten. Penulis hanya mengambil penelitian sebatas kualitas produk dan keputusan pembelian yang ada di restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten. Ada pun produk-produk yang ditawarkan di restoran Labbaik Chicken Terminal Pakupatan Kota Serang Banten antara lain : Pizza, Hot Drums, Hot Wings, Fried Chicken, Burger, Pasta, dan Waffle. Namun pada penelitian ini penulis fokus pada satu produk yaitu produk Fried Chicken.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan di kemukakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten?
- 2) Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten?
- 3) Bagaimana Pandangan dalam Perspektif Ekonomi Islam antara Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten?

D. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten?
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Labbaik Chicken Kota Serang Banten?
- 3) Untuk mengetahui Pandangan dalam Perspektif Ekonomi Islam antara Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Labbaik Chicken Kota Serang Banten dalam Perspektif Islam?

E. Manfaat Penelitian

- 1) Untuk menambah pengetahuan penulis khususnya dalam bidang Manajemen kualitas produk dan cara seorang manager Restoran Labaik Chicken dalam mengetahui perilaku pembeli.
- 2) Dapat digunakan sebagai sumber informasi atau dapat di pakai sebagai data sekunder dalam meningkatkan pembelian khususnya pada Restoran Labaik Chicken Serang.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Manager Restoran Labaik Chicken dalam upaya untuk mengetahui perilaku pembeli.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah beberapa teori yang ada dalam tinjauan pustaka baik berupa gambaran umum dalam teori untuk dapat memberikan solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat berupa bagan deskriptif kualitatif ataupun gabungan dari keduanya. Kecenderungan masyarakat atau harapan pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk juga harus disesuaikan. Dengan adanya perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, dan perubahan proses produksi serta perubahan

lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan pembeli⁴.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Sistem pengendalian mutu produk atau jasa yang dikembangkan atau diharapkan dapat memenangi persaingan meraih pangsa pasar yang signifikan. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih dapat juga mendorong percepatan meningkatnya kualitas suatu produk, di samping pengaruh sumber daya manusia yang handal dan keadaan eksternal perusahaan, peralatan yang canggih dan manajemen yang memimpin sistem pengendalian mutu dapat berlangsung dan dapat menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen atau pelanggannya.

⁴ M.N.Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, 2.

Setiap bisnis atau usaha yang sedang dijalankan, memang membutuhkan berbagai macam ide, strategi, modal, ketahanan mental dan mungkin saja pentingnya menjaga kualitas produk disaat usaha atau bisnis sudah mencapai tahap berjalan dan berkembang dengan pesat. Terkadang para pengusaha atau pembisnis terlena, karena beranggapan bahwa produknya sudah terkenal di pasaran, masyarakat sudah mengakui dan mempercayai produk yang ditawarkan. Ini bisa menjadi ancaman yang bisa menyerang dan menjatuhkan sebuah usaha. Jangan sampai menodai kepercayaan konsumen, bagaimanapun juga pembeli atau konsumen itu adalah raja. Konsumen bisa saja berpaling ke lain hati untuk membeli produk yang sama di tempat lainnya jika mereka tahu bahwa produk yang mereka percayai selama ini sudah menurun kualitasnya. Kualitas sangat penting untuk kedepannya. Memang mungkin saja membutuhkan pengorbanan dan kesiapan yang tidak sedikit mudah. Untuk bisa menjaga kualitas produk, sudah pasti memerlukan komitmen dan ketegasan yang kuat.

Pembeli yang loyal biasanya dengan mudah mengeluarkan biaya lebih jika memang mereka melihat dan percaya bahwa kualitas produk yang mereka beli memang tetap terjaga kualitasnya,

ini bisa saja terjadi karena banyak juga konsumen yang tidak terlalu keberatan dengan kenaikan yang ada, karena mereka juga bisa membaca dengan mudah dari sumber bahwa memang sedang melonjak tinggi. Jadi, jangan merusak kepercayaan konsumen. Jika hal ini terus dijaga, tidak akan mustahil bila usaha yang digeluti akan tetap bertahan dan bisa justru semakin berkembang pesat.

Dengan mengacu pada teori kualitas produk, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Restoran Labbaik Chicken Terminal Pakupatan Kota Serang Banten, dan pandangan dalam perspektif ekonomi islam antara pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Labbaik Chicken Terminal Pakupatan Kota Serang Banten. kerangka penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang dibahas. Adapun kerangka konseptual yang akan dikembangkan dalam model ini sebagai berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Pada bab ini menjelaskan tentang pengertian kualitas produk, penting dan manfaat kualitas produk, konsep pengendalian mutu, keputusan pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, tahapan dalam keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian, dan *Khiyar* dalam pembelian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, jenis metode penelitian,

penentuan sampel, jenis sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : Pembahasa Hasil Penelitian

Pada bab ini membahas hasil penelitian yang mencakup Gambaran Umum Objek Penelitian, Evaluasi Teknik Analisis Data, Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V : Kesimpulan

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.