BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis dewasa ini dirasakan semakin ketat. Ketatnya persaingan tersebut menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami perubahan perilaku konsumen. Pada dasarnya, perubahan perilaku konsumen cenderung dinamis dan sangat cepat. Kebutuhan konsumen akan terus mengalami perubahan seiring dengan perubahan yang terjadi pada berbagai aspek kehidupannya. Perubahan tersebut juga akan berpengaruh pada perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian maupun penggunaan suatu produk dan jasa sebagai pemuas kebutuhannya.

Menurut Schiffman dan Wisenblit, perilaku konsumen adalah studi tentang tindakan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membuang produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan mereka miliki (waktu, uang dan usaha) untuk membeli barang atau jasa yang nantinya akan dikonsumsi.[2]

[2] Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Edisi Pertama. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 6

Pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen ini sangat penting bagi seorang pelaku usaha, karena dengan memahami perilaku konsumen maka seorang pelaku usaha akan dapat memprediksi kebutuhan dan keinginan konsumen pada masa sekarang dan pada masa yang akan datang.

Selain memperhatikan hal tersebut, pada persaingan bisnis yang semakin ketat ini, sudah seharusnya bagi para pelaku usaha mempunyai cara untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Apalagi pada era globalisasi seperti sekarang ini, konsumen milenial atau yang lebih dikenal dengan sebutan generasi milenial selalu mempunyai tuntutan baru terhadap suatu produk (makanan). Adapun cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi tuntutan tersebut diantaranya adalah dengan melakukan inovasi produk.

Menurut Kotler dan Amstrong, inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru dan bukan juga suatu perkembangan dari sebuah pasar yang baru, akan tetapi inovasi adalah gambaran dari semua proses-proses tersebut.[3] Inovasi dalam suatu produk merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam keputusan

---

[3] Philip Kotler & Gerry Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen* Edisi 14, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 36

pembelian konsumen, karena semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen.[4]

Selain itu, inovasi produk juga menjadi semakin penting karena inovasi produk bukan hanya sebagai alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu bisnis melainkan juga sebagai strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Inovasi produk akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk dan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen. Dengan kata lain, inovasi dapat membuat produk menjadi berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Tanpa adanya inovasi produk suatu bisnis dapat tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar.

Selain inovasi produk, dalam era globalisasi ini seorang pelaku usaha juga harus berfokus pada kualitas produk. Menciptakan sebuah produk yang memiliki kualitas terbaik merupakan salah satu hal yang paling penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karateristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan (konsumen).[5]

---

[4] Ligawati, *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Pengharum Ruangan Denis*", Tesis Magister Manajemen, (Jakarta: Universitas Mercu Buana Press, 2011)

[5] Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT. Indeks, 2018), hal. 1

Bagi seorang konsumen, kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan keputusan pembeliannya. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.[6] Jika konsumen melihat dan merasakan manfaat dari kualitas produk yang telah dikonsumsinya sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapannya maka konsumen akan mengambil keputusan pembelian atas produk tersebut, dan sebaliknya jika konsumen merasakan kualitas produk rendah atau tidak sesuai dengan apa yang diinginkan dan harapkan maka keputusan pembelian akan produk juga akan rendah.[7]

Pertimbangan seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya masih belum cukup jika hanya didasarkan pada segi inovasi produk dan kualitas produk, terutama bagi konsumen muslim perlu adanya jaminan atas keamanan dan kehalalan produk yang harus diperhatikan. Konsep halal bukan hanya sebagai konsep religi namun dipahami sebagai konsep mutu yang menyeluruh. Konsep halal tidak hanya terkait dengan menghindari zat yang tidak boleh dikonsumsi akan tetapi juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang terkait dengan proses pengolahan,

---

[6] Darmadi Durianto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 38

[7] Sunarto, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan, *Jurnal Equilibrium,* Vol. 3, No. 2, 2015

penanganan, peralatan, penyimpanan, pengemasan, transportasi dan juga distribusi. Kehalalan suatu produk merupakan hal yang sangat penting bagi umat Islam. Secara umum, konsumen muslim akan memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk yang halal. Hal tersebut dikarenakan jaminan kehalalan dari suatu produk adalah suatu hal yang sangat penting keberadaannya, karena kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan utama bagi seorang konsumen muslim dalam mengkonsumsi suatu produk atau barang.[8]

Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَاالنَاسُ كُلُوْامِمَّافِي الْأَرْضِ حَلاَلاً طَيِّبًا وَلاَتَتَّبِعُواخُطُوَاتِ الشَيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُ وٌّمُبِيْ

Artinya:

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"[9]

Dalam pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dijelaskan bahwa jaminan produk halal mencakup berbagai aspek, tidak hanya makanan, minuman, obat dan

[8] Ahmad Syauqi al-Fanjari, *Nilai Kesehatan dalam Syariat Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 44

[9] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30*, (Surabaya: Mekar Surabaya, 2014), hal. 32

kosmetik tetapi juga mencakup produk kimiawi, biologi, rekayasa genetik, serta barang yang digunakan atau dipakai oleh masyarakat.[10]

Jaminan halal atas suatu produk harus benar-benar diperhatikan oleh seorang pelaku usaha, karena dengan adanya jaminan produk halal maka konsumen tidak akan ragu dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Selain itu, dalam hal keputusan pembelian, seorang konsumen muslim akan lebih berhati-hati dalam menentukan keputusan pembeliannya. Jika terdapat bahan-bahan makanan yang mencurigakan dalam suatu produk, maka hal itu akan memberi kewaspadaan bagi konsumen muslim untuk menolak atau membatalkan untuk membeli produk itu.[11]

Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana seorang konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.[12]

Bakpao Citra adalah sebuah usaha bisnis rumahan yang memproduksi bakpao. Bakpao sendiri adalah makanan tradisional

---

[10] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 1 ayat 2, dalam http://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1615, diakses pada diakses pada tanggal 14 November 2019, pukul. 10.15

[11] Saniatun Nurhasanah, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol.8, No.3, 2017

[12] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2009), hal. 235-240

Thionghoa yang berbahan dasar tepung terigu yang diberi ragi sehingga mengembang, kemudian diberi aneka isian dan dikukus.[13]

Usaha Bakpao Citra ini terletak di Desa Sobontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Usaha ini didirikan oleh Ibu Sri Ernawati pada tahun 2003. Adapun cara yang dilakukan oleh Ibu Sri Ernawati agar tetap bertahan ditengah persaingan bisnis yang ketat adalah dengan melakukan inovasi produk yaitu bakpao bakar. Selain bakpao bakar, beliau juga membuat inovasi varian rasa baru yaitu bakpao isian ayam. Inovasi produk ini juga dilakukan untuk menghadapi tuntutan generasi milenial yang selalu menuntut akan sesuatu hal yang baru. Adanya inovasi produk tersebut juga meningkatkan volume penjualan pada Bakpao Citra. Berikut ini adalah volume penjualan bakpao selama 4 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Volume Penjualan Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung

No.	Tahun	Volume Penjualan (dalam bijian)
1	2015	225.000
2	2016	216.000
3	2017	252.000
4	2018	279.000

Sumber: Bakpao Citra

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi penurunan volume penjualan pada tahun 2015 ke 2016. Hal tersebut dikarenakan belum adanya inovasi produk yang dilakukan oleh Bakpao Citra. Akan tetapi, setelah

[13] Https://id.m.wikipedia.org./wiki/Bakpao, diakses pada tanggal 14 November 2019, pukul. 11.52

dilakukannya inovasi produk yang berupa bakpao bakar dan bakpao isian ayam pada tahun 2016 sampai dengan 2018 volume penjualan terus mengalami peningkatan. Selain dipengaruhi oleh inovasi produk, peningkatan tersebut tentunya juga dipengaruhi oleh kualitas produk dan jaminan halal pada Bakpao Citra. Hal tersebut dikarenakan Ibu Sri Ernawati sangat menjaga kualitas dan kehalalan dari bahan baku yang digunakannya dalam memproduksi bakpao. Adapun bahan baku yang digunakan adalah bahan-bahan yang halal dan juga berkualitas. Hal tersebut dilakukan agar hasil bakpao sesuai dengan yang diharapkan dan memiliki kualitas yang baik. Selain itu dalam proses produksinya, Ibu Sri Ernawati juga tidak menggunakan bahan campuran yang dilarang oleh ajaran Islam atau bahan haram seperti bahan-bahan yang dapat membahayakan konsumennya.[14]

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Jaminan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung"**

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh

[14] Wawancara dengan pemilik usaha Bakpao Citra, Boyolangu Tulungagung.

mana pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Semakin ketatnya persaingan antar bisnis, membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Inovasi produk yang dilakukan oleh Bakpao Citra untuk mendapatkan konsumen.
3. Penerapan kualitas produk yang dilakukan oleh Bakpao Citra untuk mendapatkan konsumen.
4. Jaminan produk halal yang dilakukan oleh Bakpao Citra untuk mendapatkan konsumen.
5. Besarnya pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung?
3. Apakah jaminan produk halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung?

4. Apakah inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal secara bersamaan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Kedua manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru dan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan, bahan diskusi dan bahan kajian lanjutan pembaca mengenai masalah yang berkaitan dengan inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Usaha Bakpao Citra

Memberikan sumbangsih sebagai dasar pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi akademisi

Sebagai sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian yang sama akan tetapi dengan variabel yang berbeda dan mampu meningkatkan kualitas penelitian dimasa yang akan datang, sehingga dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari adanya pembahasan yang melebar dalam penelitian dan sebagai upaya dalam memfokuskan pembahasan agar lebih terarah, maka perlu dibuat batasan masalah. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian

   Ruang lingkup ini meliputi pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian bakpao citra. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen bakpao citra.

2. Keterbatasan Penelitian

   Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah maka peneliti memandang permasalahab penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, peneliti membatasi diri hanya berkaitan dengan pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian pada Bakpao Citra.

G. Penegasan Istilah

Dalam suatu karya ilmiah, peneliti perlu memberikan penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi kerancuan atau perbedaan pemahaman dalam membaca skripsi ini, yaitu:

1. Definisi konseptual

   a. Manajemen Pemasaran

      Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang.[15]

   b. Inovasi Produk

      Menurut Kotler dan Amstrong, inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru dan bukan juga suatu perkembangan dari sebuah pasar yang baru, akan tetapi inovasi adalah gambaran dari semua proses tersebut.[16]

   c. Kualitas Produk

      Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karateristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan (konsumen).[17]

---

[15] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 12

[16] Philip Kotler & Gerry Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen* Edisi 14, (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 36

[17] Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT. Indeks, 2018), hal. 1.

d. Jaminan Produk Halal

Jaminan kehalalan dari suatu produk atau jasa adalah suatu hal yang sangat penting keberadaannya, karena kehalalan suatu produk menjadi pertimbangan utama bagi seorang konsumen muslim dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa.[18]

e. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana seorang konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana seorang konsumen benar-benar membeli.[19]

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian pada Bakpao Citra. Pada penelitian ini, objek yang diteliti terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Yang mana X_1 adalah inovasi produk, X_2 adalah kualitas produk, X_3 adalah jaminan produk halal dan Y adalah keputusan pembelian.

---

[18] Ahmad Syauqi al-Fanjari, *Nilai Kesehatan dalam Syariat Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 44

[19] Philip Kotler dan Amstrong, *Princeples Of Marketing* Edisi 13, (England: Pearson, 2010), hal. 289

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan adalah suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab yang ada dalam suatu penelitian. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Adapun sistematika penulisan ini terbagi menjadi enam bagian yang saling berurutan dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran singkat mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi objek penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang meliputi Inovasi Produk, Kualitas Produk, Jaminan Produk Halal dan Keputusan Pembelian. Selain itu pada bab ini juga membahas tentang penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang bagaimana penelitian ini dilaksanakan secara operasional. Dalam bab ini diuraikan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang meliputi deskripsi data yang diperoleh dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Dengan sistematika pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan pada Bab I. Selain dalam bab ini juga mendeskripsikan dan membaca dengan perspektif teori yang disuguhkan pada Bab II.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.