

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Era globalisasi semakin dekat, dimana perdagangan bebas sudah menjadi fenomena yang harus dihadapi dengan persiapan matang berbagai faktor produksi yang dimiliki perusahaan. Pengaruh perdagangan bebas kini semakin sulit untuk dibendung, semua negara di dunia akan merasakan dampaknya, oleh karena itu dunia usaha harus mempersiapkan diri sebaik mungkin agar tidak tergilas oleh berkembangnya perdagangan bebas yang mengglobal. Untuk mengembangkan bisnisnya, pengusaha harus lebih kreatif dan inovatif. Mengejar keuntungan merupakan tujuan utama seorang wirausaha, karena tanpa keuntungan maka suatu usaha tidak akan ada. (Irawan, 2020).

Kondisi yang harus dipenuhi perusahaan agar berhasil dalam persaingan dan berusaha mencapai tujuan menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap pelaku usaha harus berupaya untuk memproduksi dan menyediakan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga dan kualitas yang tepat. Konsumen merupakan aspek penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus memahami perilaku konsumen di pasar sasarannya untuk memenangkan persaingan. (Halim & Iskandar, 2019).

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan unik karena preferensi dan sikap setiap orang terhadap suatu barang berbeda-beda. Selain itu, konsumen berasal dari berbagai segmen sehingga keinginan dan kebutuhannya juga berbeda. Produsen juga perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan di pasar. Preferensi pembelian konsumen merupakan perilaku konsumen yang mencakup keinginan untuk

memilih, menggunakan, mengonsumsi, dan/atau menginginkan suatu produk yang ditawarkan. (Karo et al., 2022).

Kebutuhan untuk membeli suatu produk tidak muncul begitu saja, namun timbul dari kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut serta kemampuan untuk membeli produk tersebut. Menurut Fahrhan Hasrul et al., (2021) menyatakan bahwa minat pembelian memusatkan perhatian pada suatu produk termasuk perasaan senang terhadap suatu produk yang tercipta dari keinginan dan perasaan yakin bahwa Produk membawa manfaat yang diinginkan konsumen. membeli atau menukarkan produk. Sedangkan menurut Latief, (2018) menunjukkan bahwa preferensi pembelian konsumen mempunyai hubungan yang erat dengan emosi dan konsumen merasa senang dan puas ketika melihat produk, hal ini dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Minat konsumen untuk membeli suatu produk bukan muncul tanpa sebab dan alasan, sedangkan minat seseorang terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini peneliti akan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pembelian konsumen pada dua aspek yaitu kualitas produk dan harga. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Oleh karena itu, hanya perusahaan dengan kualitas produk terbaik yang akan tumbuh dengan cepat, dan dalam jangka panjang, perusahaan tersebut akan lebih sukses dibandingkan perusahaan lain. (Latief, 2018). Oleh karena itu suatu perusahaan menawarkan produk yang harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan cara ini, produk baru menjadi kompetitif di pasar, sehingga memberikan banyak alternatif pilihan produk kepada konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk yang diusulkan.

Harga adalah nilai tukar suatu produk atau jasa yang dinyatakan dalam uang. Oleh karena itu, harga biasanya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Namun, pembeli atau konsumen karya seni bisa melakukan penawaran. Transaksi terjadi ketika pembeli dan penjual mencapai kesepakatan (Maria Asriana et al., 2023). Harga suatu produk merupakan ukuran seberapa puas seseorang terhadap barang yang dibelinya. Akan ada orang yang berani membayar harga tinggi jika barangnya melebihi ekspektasinya. Sebaliknya jika seseorang merasa tingkat kepuasannya terhadap suatu barang rendah, maka ia tidak akan bersedia membayar atau bahkan membeli barang tersebut dengan harga tinggi. Sedangkan secara historis, harga ditentukan oleh pembeli dan penjual pada saat negosiasi sehingga menghasilkan kesepakatan mengenai harga tertentu. (Setiawan & Safitri, 2019).

Produk Ikan Kaleng Pantai Manado merupakan salah satu produk ikan kaleng yang diproduksi oleh PT. Sinar Pure Foods International Bitung, dimana kehadiran produk ini dapat memenuhi permintaan pasar dengan memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Diketahui bisnis ikan kaleng sendiri merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati di Indonesia dan menyasar pasar yang besar. Dengan target pasar dan kualitas produk tersebut, produk ikan kaleng Pantai Manado dipasarkan hampir ke seluruh wilayah Bitung, termasuk desa Girian Indah. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat di daerah tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Arjuniadi & Jannah, (2022) menemukan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap preferensi pembelian konsumen. Hasil tersebut didukung oleh beberapa hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Marwanto et al., (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen. Kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Namun, hasil dari beberapa penelitian tidak memberikan hasil yang konsisten di seluruh penelitian, sehingga peneliti mengulangi penelitian tersebut untuk mengungkap hasil terbaru.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ini dengan judul penelitian "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ikan Kaleng "Pantai Manado" Pada Masyarakat Desa Girian Indah, Bitung, Sulawesi Utara**".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat Beli Ikan Kaleng "Pantai Manado" pada Masyarakat Desa Griyan Indah, Bitung, Sulawesi Utara?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh simultan terhadap minat Beli Ikan Kaleng "Pantai Manado" pada Masyarakat Desa Girian Indah, Bitung, Sulawesi Utara?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh parsial terhadap minat Beli Ikan Kaleng "Pantai Manado" pada Masyarakat Desa Girian Indah, Bitung, Sulawesi Utara?
4. Apakah harga berpengaruh parsial terhadap minat Beli Ikan Kaleng "Pantai Manado" pada Masyarakat Desa Girian Indah, Bitung, Sulawesi Utara?

5. Manakah diantara variabel kualitas produk dan harga yang berpengaruh dominan terhadap minat Beli Ikan Kaleng “Pantai Manado “ pada Masyarakat Desa Griyan Indah, Bitung, Sulawesi Utara?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis deskripsi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ikan kaleng “pantai manado” pada masyarkat desa griyan indah, bitung, sulawesi utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap minat beli ikan kaleng “pantai manado” pada masyarakat desa griyan indah, bitung, sulawesi utara.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ikan kaleng “pantai manado” pada masyarakat desa griyan indah, bitung, sulawesi utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh harga terhadap minat beli ikan kaleng “pantai manado” pada masyarkat desa girian indah, bitung Sulawesi utara.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis manakah diantara variabel kualitas produk dan harga yang memengaruhi dominan terhadap minat beli ikan kaleng “pantai manado “pada masyarakat desa girian indah, bitung, Sulawesi utara.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil riset ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan untuk perusahaan tentang gambaran pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau juga kebijakan tentang kualitas produk, promosi, dan harga bagi perusahaan.

## 2. Bagi Akademi

Temuan penelitian dapat berfungsi sebagai tolok ukur terhadap studi masa depan yang dapat dievaluasi dan dibandingkan.