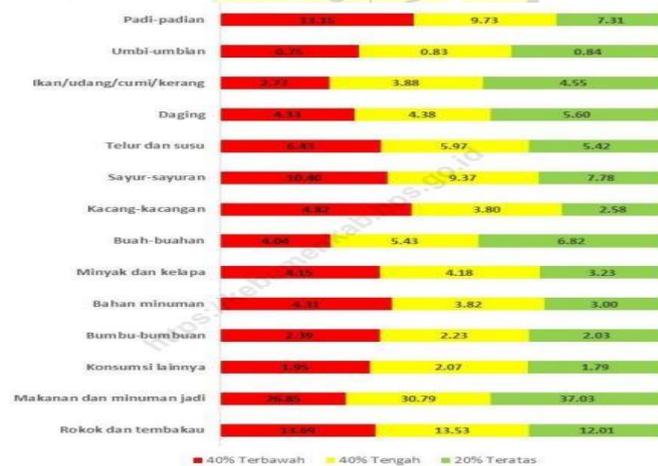


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis baik perusahaan barang maupun jasa semakin hari semakin ketat. Perusahaan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar tetap dapat bertahan akan keberlangsungan kegiatan usahanya. Sektor usaha makanan pokok, termasuk daging mentah baik sapi maupun ayam telah mengalami metamorfosis yang sangat pesat seiring kehadiran tren toko daging modern yang tidak sekedar toko daging los seperti dipasar tetapi juga menyajikan banyak varian daging. Perkembangan pesat pada industri ini disebabkan, karena tingginya permintaan terhadap konsumsi daging mentah, tingkat konsumsi daging ayam dan daging sapi akan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya, berarti tingkat permintaan akan kebutuhan dan keinginan terhadap konsumsi daging juga meningkat.



Sumber : BPS 2020

Gambar I- 1
Persentase Pengeluaran per Kapita, Kabupaten Kebumen,
Maret 2022.

Tren belanja masyarakat setelah adanya pandemi selesai menarik untuk diteliti, mengingat terdapat banyak adaptasi kebiasaan baru yang harus dilakukan selama pandemi. Perubahan ini berpengaruh pada tren pasar, di kabupaten kebumen sendiri banyak yang mengkonsumsi daging terutama daging slice. Berdasarkan Gambar 1.1 Persentase pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas makanan dan kelompok pengeluaran, Kabupaten Kebumen, Maret 2022 untuk konsumsi daging adalah 4,77% dari seluruh pembelanjaan. Dengan demikian dapat dilihat bahwa konsumsi daging relatif menjadi faktor yang tetap konsisten ada di seluruh golongan masyarakat dengan rata-rata pembelanjaan daging berkisar dari 4,33% total anggaran belanja hingga 5,60% per keluarga.

Tabel I - 1
Daftar Toko Daging Terbesar di Kabupaten Kebumen

No	Nama Toko	Rating Terbaik
1	Indoharvest Meatshop & Grocery	34
2	Ngemeats.yuk	14
3	Mba Narsih Daging Sapi	7
4	Meatzone Kebumen	7
5	Adiyat Meltique Beef	4
6	Kebumen Meet Shop	1
7	Saefudin	1

Sumber: www.ulastempat.com 2023

Berdasarkan tabel I - 1 diatas, Ngemeats.yuk menempatkan posisi ke dua setelah Indoharvest Meatshop & Grocery, meskipun begitu toko daging Ngemeats.yuk menyediakan berbagai macam kebutuhan dedagingan mulai dari daging slice, daging potong, dan berbagai olahan daging. Banyaknya toko daging yang ada maka menjadikan persaingan toko daging di Kabupaten Kebumen meningkat, dengan demikian para

pelaku usaha harus memiliki inovasi baik dari varian produk yang lengkap, harga bersaing dan juga membangun citra yang baik agar kesan dari para pelanggan dapat membangun kemajuan dari suatu usaha toko daging tersebut. Persaingan di dunia bisnis penjualan daging di kabupaten semakin hari semakin ketat, sehingga toko dagng dituntut untuk dapat berinovasi menarik perhatian konsumen. Pengusaha toko daging perlu memperhatikan penerapan konsep pemasaran termasuk perilaku konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti harus memperhatikan kualitas produk untuk mendapatkan *feedback* yang baik dan testimoni yang baik dari para pelanggan yang sudah berbelanja sehingga dapat mempengaruhi *Word of Mouth* dan keputusan pembelian orang-orang yang belum berbelanja sebelumnya.

Tabel I – 2
Data pengeluaran daging *slice* perbulan

No	Bulan	Pengeluaran daging slice
1	Juli 2023	129 kg
2	Agustus 2023	130 kg
3	September 2023	138 kg
4	Oktober 2023	140 kg
5	November 2023	142 kg

Sumber : Buku besar toko Ngemeats.yuk

Berdasarkan Tabel I - 2 diatas menunjukkan bahwa pengeluaran daging slice terus mengalami peningkatan. Salah satu toko yang menyediakan daging segar serta berbagai olahannya adalah Toko Ngemeats.yuks. Namun ada perbedaan dari *meatshop* Ngemeats.yuk, dimana Ngemeats.yuk tidak sekedar menyediakan daging beku saja namun menyediakan daging segar berkualitas bersih dan bervariasi karena

Ngemeats.yuk memiliki tempat pemotongan hewan pribadi dan dapat menerima pesanan segala bagian daging, namun dibandingkan dengan toko daging lain yang ada di Kebumen, ngemeats.yuk merupakan toko daging yang memiliki varian produk daging *slice* yang paling banyak di Kebumen karena tidak hanya menyediakan daging *slice shortplate*, ataupun *slice beef* biasa namun menghadirkan banyak varian seperti *slice brisket*, *slice tenderloin*, *slice ayam*, *slice meltique*, *slice shortplate*, *slice beef non lemak*, hal ini memberikan varian dan perbedaan yang menonjol dibandingkan toko daging lainnya di kabupaten Kebumen.

Keputusan pembelian mulai dari kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi pedoman bagi setiap perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi harapan setiap konsumennya menurut Sari dan Astuti (2012). Sehingga pengambilan keputusan merupakan komponen sentral dari model perilaku konsumen, oleh karena itu sangat penting untuk memahami bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen terkait keinginan untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumen. Menurut Armstrong et al (2014: 11), apabila perusahaan ingin agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran, kualitas produk menjadi perhal penting yang perlu diperhatikan. Konsumen selalu ingin memperoleh produk berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, walaupun banyak masyarakat yang beranggapan bahwa produk mahal adalah produk berkualitas. Kualitas produk yang semakin baik akan memberikan kesempatan kepada

konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler & Keller (2009:512) *Word of Mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa. Jika dilihat dari definisi diatas *word of mouth* dapat diartikan secara umum merupakan kegiatan memberikan informasi penilaian atau pandangan terhadap suatu produk barang dan jasa kepada orang-orang terdekat apakah produk atau jasa tersebut layak dikonsumsi atau tidak bagi para calon konsumen lainnya. Selain itu varian produk juga menjadi salah satu faktor seorang konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk. Varian produk bisa berupa komposisi, yang memudahkan seorang konsumen membeli suatu produk sesuai dengan kemampuan mereka.

Adanya varian produk daging slice yang cukup beragam di ngemeats.yuk menjadi suatu kelebihan, karena para pelanggan menjadi lebih banyak pilihan untuk menentukan keputusan pembelian daging. Selain kualitas yang selalu dijaga oleh pihak ngemeats.yuk banyaknya varian produk juga memberikan dampak yang baik dan testimoni yang positif, baik dari testimoni google maps, testimoni yang disampaikan langsung oleh pelanggan kepada *owner*, ataupun ulasan positif dari mulut ke mulut hal ini dibuktikan dari banyaknya pelanggan yang mengetahui Ngemeats.yuk dari rekan, saudara atau teman yang sebelumnya telah berbelanja dan menikmati kualitas dari Ngemeats.yuk bahwa varian

produk di ngemeats cukup banyak pillihannya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Word of Mouth* Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Daging *Slice* Pada toko Ngemeats.yuk Kebumen”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus utama masalah penelitian adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen?
2. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen?
3. Apakah varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen?
4. Apakah kualitas produk, *word of mouth* dan varian produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut, maka Batasan masalah yang dibuat adalah :

1. Membatasi kuesioner yang hanya diberikan pada konsumen yang pernah membeli daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen

minimal satu kali.

2. Membatasi kuesioner yang hanya di berikan kepada konsumen minimal berusia 17 ke atas.
3. Membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada variabel keputusan pembelian, kualitas produk, *word of mouth* dan varian produk.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen.
2. Mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen.
3. Mengetahui pengaruh varian produk terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, *word of mouth* dan varian produk terhadap keputusan pembelian daging *slice* pada toko Ngemeats.yuk Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk, *word of mouth* dan jenis varian produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan guna meningkatkan kualitas dan variasi produknya agar tercipta peningkatan omset yang signifikan

