

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini ditandai dengan tingkat persaingan yang berbeda-beda. Perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan, karena perkembangan teknologi yang semakin canggih dan dinamis membuat suatu usaha bertindak cepat dan tepat agar tidak kalah dalam persaingan (Hakim & Ahmad, 2023). Lingkungan bisnis tumbuh dan berubah lebih cepat setiap tahun, hal ini mendorong munculnya bisnis baru dalam berbagai kategori baik barang maupun jasa (Baroto & Artanti, 2023).

Pada era modern saat ini, banyak orang memulai bisnis dengan kreativitas yang dimiliki untuk bersaing dengan para pebisnis lain yang lebih dulu terjun di dunia bisnis yang semakin berkembang, hal ini ditandai dengan tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen (Garjito *et al.*, 2022). Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Ernawati, 2019).

Toko bunga merupakan sebuah usaha yang bergerak menjual segala jenis aneka rangkaian bunga. Bidang usaha toko bunga kini banyak digeluti oleh orang-orang, tidak hanya ibu rumah tangga saja melainkan juga sudah menjadi profesi dan bisnis yang tidak ada batasan antara laki-laki dan perempuan (Tabelessy, 2021). Seiring dengan perkembangan teknologi, kini juga hadir peluang bisnis usaha yang lagi *trend* yaitu toko bunga *online* adalah toko bunga yang lagi *trend*

yaitu toko bunga *online* adalah toko bunga yang memasarkan produk-produknya secara *online* di internet.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Bunga Adelia Unggul Joyo. Toko Bunga Adelia Unggul Joyo berdiri sejak tahun 2022 dan beralamat di Getas Pejaten, Kabupaten Kudus. Sebelumnya Toko Bunga Adelia Unggul Joyo bernama Toko Tikno Unggul Joyo yang berdiri sejak tahun 1996. Dasar pengubahan nama disebabkan pemilik terdahulu mewariskan toko tersebut kepada anaknya yang bernama Andi Kurniawan. Nama Toko Bunga Adelia Unggul Joyo terinspirasi dari nama anak pemilik sekarang.

Toko Bunga Adelia Unggul Joyo menjual berbagai macam jenis tanaman mulai dari bunga hias anggrek, mawar, bonsai, *bougenville*, melati, bibit buah-buahan, penghijauan, pembuatan taman, menerima dekorasi taman, macam-macam pot bunga dan juga pupuk. Toko Bunga Adelia Unggul Joyo menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan toko bunga sejenis di Kabupaten Kudus. Hal ini terbukti dengan banyaknya penjual toko bunga yang berada di Kabupaten Kudus sebagai berikut:

Tabel 1.1**Toko Bunga di Kabupaten Kudus**

Nama	Alamat
Tani Subur Nursery	Jl. Getas Pejaten No.4, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kab. Kudus
Edi Unggul Joyo	Jl. Mulya Kav 5, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kab. Kudus
Omah Kembang	Gg. Gatokaca, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati Kab. Kudus
Berkah Tanaman	Bagusan, Loram Wetan, Kec. Jati Kab. Kudus
Reffania Nursery	Gg. Oro-oro Ombo, Bak Tengah, Loram Kulon, Kec. Jati, Kab. Kudus
Pondok Bunga Arema	Jl. Cut Nyak Din, RT04/RW07, Jepang Pakis, Mlati Kidul Kec. Kota Kudus Kab. Kudus
Kios Bunga Sri Rejeki	Jl. Gor Wetan No. 1a, Wergu Wetan, Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus
Pondok Bunga Sekar Melati	Jl. GOR, Mlati kidul, Kompleks GOR Wergu Wetan RT01/RW01 Kudus
Kembang Joyo	Jl. Pattimura No.42, Karangpakis, Jepangakis, Kec. Jati Kab. Kudus

Sumber: Observasi Awal Peneliti, (2023).

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Toko Bunga Adelia Unggul Joyo memiliki banyak pesaing dalam bisnis yang sama, sehingga pemilik harus melakukan inovasi dan lebih terlibat dalam mengatur manajemen pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis. Agar dapat dikenal masyarakat secara luas, Toko Bunga Adelia Unggul Joyo perlu meningkatkan kualitas produk sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Hakim & Ahmad, 2023). Konsumen juga menyadari bahwa ada perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan. Berikut merupakan jumlah pendapatan Toko Bunga Adelia Unggul Joyo dari tahun 2021 sampai dengan 2023 sebagai berikut:



Sumber: Toko Bunga Adelia Unggul Joyo, (2023).

Gambar 1.1

Jumlah Pendapatan Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus Tahun 2021-2023

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Toko Bunga Adelia Unggul Joyo dari tahun 2021 sampai dengan 2023 terus mengalami penurunan. Penurunan pendapatan tersebut disebabkan oleh banyaknya toko bunga sejenis yang ada di Kabupaten Kudus serta menurunnya jumlah penjualan yang mengindikasikan rendahnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk Toko Bunga Adelia Unggul Joyo.

Keputusan pembelian merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu (Marlius & Putra, 2022). Pelaku bisnis perlu menerapkan konsep pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara memberikan kualitas produk yang terbaik, inovasi produk dan promosi penjualan yang tepat agar keputusan pembelian konsumen terus terjadi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk (Hakim & Ahmad, 2023). Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan dan ketelitian yang diperoleh produk secara keseluruhan (Ernawati, 2019). Produk yang berkualitas merupakan produk yang memiliki tingkat presisi tepat, melalui proses efektif dan efisien. Semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian (Adetiya & Rahmawan, 2021).

Selain kualitas produk, inovasi produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Ernawati, 2019). Inovasi produk merupakan cara untuk menciptakan produk baru yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen dan memungkinkan konsumen untuk membeli produk seperti yang diharapkan (Saragih *et al.*, 2022). Perusahaan perlu menciptakan inovasi produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi (Tabelessy, 2021). Promosi merupakan cara untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan atau potongan harga (Hakim & Ahmad, 2023). Promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antar perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian

atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan (Tabelessy, 2021).

Research gap yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Ahmad (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlius & Putra (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2019) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adetiya & Rahmawan (2021) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Tabelessy (2021) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Assidiqi (2022) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut perlu dibuktikan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini mendukung atau tidaknya dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian masalah dan hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kabupaten Kudus)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kabupaten Kudus.
2. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X_1), inovasi produk (X_2) dan promosi (X_3) serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).
3. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kabupaten Kudus.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.
5. Waktu penelitian mulai tanggal 4 Juni sampai dengan 24 Juni tahun 2024.

1.3. Perumusan Masalah

Persaingan usaha toko bunga di Kabupaten Kudus membuat para pelaku usaha bersaing satu dengan yang lain untuk mendapatkan pelanggan. Hal tersebut juga berdampak pada Toko Bunga Adelia Unggul Joyo yang mengalami penurunan jumlah pendapatan dari tahun 2021 sampai dengan 2023 disebabkan persaingan usaha toko bunga yang semakin ketat di Kabupaten Kudus. Toko Bunga Adelia Unggul Joyo perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus?

2. Bagaimana inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus?
3. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus?
4. Bagaimana kualitas produk, inovasi produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus.
2. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Bunga Adelia Unggul Joyo Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian serta dapat menjadi sumber referensi penelitian berikutnya dengan variabel yang sama.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik Toko Bunga Adelia Unggul Joyo serta dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi produk, promosi dan keputusan pembelian.