

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor perikanan memegang peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam penyediaan lapangan kerja, sumber pendapatan bagi nelayan/petani ikan, sumber protein hewani yang bernilai gizi tinggi, serta sumber devisa yang sangat potensial. Ikan sendiri sebagai salah satu hasil laut merupakan sumber protein hewani yang cukup tinggi yang berguna dalam peningkatan gizi. Usaha perikanan dapat berkembang melalui kegiatan perikanan mulai dari penangkapan sampai dengan jenis usaha budidaya yang dilakukan untuk mencukupi kebutuhan akan ikan. Sedangkan salah satu contoh produk perikanan antara lain ikan segar. Selain dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, hasil perikanan juga dipasarkan ke negara lain (ekspor) yang jumlahnya terus meningkat.

Peningkatan tersebut di dasari dengan nilai gizi lebih yang terdapat pada ikan jika dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya, karena ikan mengandung asam lemak tak jenuh, Omega-3 yang cukup tinggi dan sangat berguna untuk mencegah timbulnya penyakit Artherosklerosis dengan kemampuan menurunkan kadar kolesterol dalam darah, sehingga mengurangi resiko timbulnya penyakit jantung. Ikan juga mengandung Vitamin A dan Vitamin B serta berbagai mineral dengan kualitas yang tinggi yang diperlukan bagi tubuh manusia. Nilai lebih tersebut terdapat pada produk-produk ikan khususnya ikan segar.

Produk perikanan mempunyai ciri-ciri antara lain produksinya musiman, jumlah atau kualitas hasil perikanan dapat berubah – ubah dari tahun ke tahun. Ikan adalah binatang air dan biota perairan yang berasal dari kegiatan penangkapan ikan di laut maupun perairan umum (waduk, sungai, dan rawa) dan hasil kegiatan budidaya (tambak, kolam, keramba, dan sawah) yang dapat diolah menjadi bahan makanan yang lazim dikonsumsi masyarakat. Ikan merupakan produk favorit banyak orang, mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa, selain itu ikan diidentifikasi sebagai bahan pangan yang memiliki keunggulan tertentu dalam hal kandungan gizi, yaitu sebagai sumber protein hewani yang berguna bagi tubuh. Produk perikanan khususnya ikan segar, harus mampu memenuhi tuntutan yang diinginkan konsumen. Produk yang higienis yang dimiliki Minamart Seafood Factory Outlet menyertakan izin atau sertifikasi dari badan pengawasan obat dan makanan (BP POM) selain itu sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh majelis ulama Indonesia (MUI) adalah sebagian dari penyediaan produk yang berkualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:354), kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Perusahaan dengan kualitas terbaik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan akan lebih berhasil. Minamart Seafood Factory Outlet saat ini telah memasarkan berbagai jenis ikan segar beku diantaranya ikan gurita, kepala kakap, tenggiri steak, rajungan, kakap merah fillet, kerapu fillet, udang panamei, gindara fillet, patin fillet, nila merah, bandeng, kakap putih fillet, cumi-cumi, bekutak, tuna.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang retailer terutama produk ikan segar beku. Minamart Seafood Factory Outlet diuntut memberikan tingkat pelayanan yang lebih tinggi, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu

hal yang penting dalam menarik minat konsumen. dalam hal memberikan pelayanan pada konsumen produk. Pelayanan konsumen yang dijalankan oleh pihak manajemen outlet minamart juga berwujud pemberian kemudahan pembelian, pelayanan kasir yang ramah dan pemberian harga promo di awal bulan. Pasar swalayan khususnya Minamart Seafood Factory Outlet lebih diminati oleh kalangan menengah ke atas, karena produk yang ditawarkan bermutu tinggi, kenyamanan tempat berbelanja, karena penataan ruang dan barang yang menarik, praktis, semua kebutuhan bermacam-macam ikan beku segar tersedia, kepastian harga produk, dan konsumen dapat memilih serta membandingkan barang-barang yang tersedia dengan bebas sebelum membeli. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang perikanan khususnya Seafood, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang berkualitas jika mempunyai tingkat kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2005).

Minamart selain menjadi merek outlet juga digunakan untuk merek produk seafood yang sudah dikenal di kalangan masyarakat Gresik. Merek Minamart telah tertanam kuat dibenak konsumen ketika dihadapkan pada keputusan dalam membeli merek Minamart pada produk ikan beku segar. Lebih lanjut bahwa konsumen mungkin akan menggunakan aturan dalam keputusan pembeliannya hanya untuk yang terkenal saja, merek yang dibangun secara baik (Keller dalam Radder dan Huang, 2008). Berdasarkan apa yang telah disajikan diatas, merek yang dibangun secara baik dan melalui citra yang ditampilkan akan semakin memberi rasa kepercayaan yang tinggi bagi konsumen (Sumarwan dkk, 2009).

Minamart merupakan salah satu Seafood Factory Outlet dengan lokasi yang terjangkau oleh masyarakat yang bertempat di Jl. KIG Raya Selatan Kav C-7, Kawasan Industri Gresik. Lokasi menjadi pilihan jika letaknya sangat strategis. Menurut Paul (2000), berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. dan outlet minamart sudah banyak menawarkan produk komoditi ikan segar beku yang siap dipasarkan. Ikan diambil langsung dari gudang sentral dan di produksi oleh PT Kelola Mina Laut

sebagai perusahaan eksportir yang sudah di akui oleh internasional dan juga sebagai supplier atau yang memproduksi, dan didistribusikan langsung ke Minamart Seafood Factory Outlet melalui kendali PT. Star Link Global sebagai pemilik Outlet.

Dalam memenuhi kebutuhan akan produk ikan dalam negeri perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu. Perilaku konsumen tersebut merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian (Swastha dan Irawan, 2001).

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Wijayanti, 2008) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Tindakan memilih tersebut diperjelas lagi oleh Dharmmesta dan Handoko (1997) sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Keputusan pembelian Produk di Minamart Safood Factory Outlet sangat di pengaruhi oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi yang strategis. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya serta variabel-variabel yang telah di sajikan di atas.

Bagi Minamart Seafood Factory Outlet sebagai pengecer, permasalahannya adalah bagaimana kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi yang dinilai dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang di tawarkan. Minamart Seafood Factory Outlet ingin menjadikan tempat belanja yang serba lengkap, dengan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh pelanggan atau konsumen tersedia satu produk yang ditawarkan adalah ikan segar beku. Ikan disamping memiliki keunggulan dalam hal kandungan nilai gizinya baik protein dan vitamin, akan tetapi produk ini juga memiliki kelebihan yaitu karena ikan di jual dalam kondisi beku sehingga tidak mudah busuk.

Alasan penelitian dilakukan di Minamart Seafood Factory Outlet, karena merupakan salah satu retailer produk ikan segar beku terbesar di Gresik, secara umum bergerak dibidang jasa pasar swalayan yang merupakan konsep one shopping Seafood, dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhan produk olahan seafood.

Dari uraian tersebut di atas maka judul penelitian ini adalah "**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk di Minamart Seafood Factory Outlet Gresik**".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Minamart Seafood Factory Outlet ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Minamart Seafood Factory Outlet?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Minamart Seafood Factory Outlet ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Minamart Seafood Factory Outlet?
5. Apakah secara simultan kualitas produk, kualitas Pelayanan, citra merek dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Minamart Seafood Factory Outlet?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan untuk membeli produk di Minamart Seafood Factory Outlet.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan untuk membeli produk di Minamart Seafood Factory Outlet.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merk terhadap keputusan untuk membeli produk di Minamart Seafood Factory Outlet.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan untuk membeli produk di Minamart Seafood Factory Outlet.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merk dan lokasi terhadap keputusan untuk membeli produk di Minamart Seafood Factory Outlet.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak di peroleh dari penelitian ini meliputi :

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada produk di outlet minamart. Tidak tertutup kemungkinan hasil penelitian ini juga dapat melengkapi penelitian yang sebelumnya. Selain itu juga menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merk dan lokasi).

b. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan tingkat penjualan. Selain itu bermanfaat pula untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.