

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital ini yang serba online, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mudah didapatkan, dan konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai fokus utamanya. Toko sayur *online* bersaing untuk membuat produknya lebih unggul dengan kompetitor toko sayur *online* lainnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan serupa. Di era digital yang serba online ini, konsumen paham akan produk yang sesuai akan minat dan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Untuk memahami akan minat beli konsumen, peneliti harus paham akan gaya hidup konsumen dengan hal itu akan membantu menyesuaikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang selalu ditingkatkan.

Merek Segari ini termasuk salah satu merek yang memproduksi barang dengan harga yang relatif dan produk tersebut adalah kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, daging, buah-buahan dan barang-barang yang bersifat konsumtif lainnya. Segari adalah toko adalah *platform* belanja *online* untuk kamu membutuhkan bahan-bahan segar nan berkualitas, dengan slogannya yaitu “Solusi Belanja Segar Setiap Hari (Segari)”. *Startup* merek Segari berdiri pada tahun 2020 ini menyederhanakan rantai distribusi di Indonesia yang kompleks dengan memanfaatkan teknologi dan memberdayakan komunitas sebagai mitra dalam penjualan distribusi yang lebih efisien.

Pentingnya bagi peneliti untuk memahami akan minat konsumen, minat beli menurut Kwek dan Jovita, menyatakan bahwa minat beli dapat digolongkan sebagai bagian dari perilaku kognitif konsumen dalam kaitannya dengan niat konsumen untuk membeli suatu produk (Andri Yusuf et al., 2022). Peneliti harus benar-benar memahami gaya hidup konsumen, untuk membantu peneliti menjamin kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan menjamin kualitas produk yang diterima.

Peneliti memahami dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya gaya hidup yang sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk merek segari. Gaya hidup di era digital ini konsumen tidak asal akan memenuhi minat, konsumen perlu mengetahui kualitas pelayanan seperti apa yang diberikan perusahaan, dan konsumen sangat detail tentang kualitas produk yang mereka temukan. Menurut Ujang Sumarwan, Gaya hidup cenderung mencerminkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menghabiskan uang mereka dan menggunakan waktu yang mereka miliki (Fairuzie et al., 2022).

Selain gaya hidup yang dapat meningkatkan minat beli terhadap produk, kualitas pelayanan juga terdapat memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat beli. Kualitas pelayanan dapat disebut sebagai kuantitas yang menunjukkan tingkat kualitas pelayanan yang dapat ditutupi dengan niat untuk membeli kembali. Menurut Kotler dalam, menegaskan kualitas pelayanan terhadap minat beli memiliki karakteristik dan sifat umum dari suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau diasumsikan (Adabi, 2020).

Dari segi pelayanan yang dimaksimalkan oleh merek Segari, setiap kebutuhan setiap konsumen dapat diterima dengan baik, selain itu operasional pengiriman segari tidaklah dari luar segari, melainkan dari armadanya sendiri. Segari sangat menjamin produk yang dibutuhkan konsumen berada di tempat dan waktu yang tepat. Waktu pengiriman segari adalah pukul jam 07.00 am hingga 10.00 am, waktunya yang diterima oleh konsumen sangat cocok untuk menyiapkan masakan sarapan dan makan siang. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sangat positif terhadap minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Kualitas pelayanan juga merupakan upaya untuk memenuhi harapan konsumen.

Kualitas produk yang baik juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan aset memenuhi kebutuhan konsumen yang penting bagi perusahaan untuk membangkitkan rasa minat beli kembali terhadap produk yang ditawarkan oleh Merek Segari. Menurut Fandy Tjiptono, kualitas produk menitik beratkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan waktu pengiriman untuk memenuhi harapan konsumen (Hernikasari et al., 2022).

Konsumen mengetahui bahwa banyak produk yang ditawarkan oleh pesaing merek Segari tidak berbeda, seperti FreshBox atau SayurBox yang sudah menjadi yang pertama di pasar sayur online di Indonesia. Segari sendiri telah banyak berinovasi dibandingkan dengan retailer online lainnya dengan mengutamakan pelayanan dan kualitas produk terbaik dengan jaminan kualitas yang tinggi. Segari mulai memindahkan beberapa vendor lain. Menurut (CEO Segari, Yosua) sulit

mendapatkan [produk segar] dengan kualitas dan konsistensi, tidak semua orang bisa melakukannya, tapi itulah yang kami fokuskan. Sementara pesaing lain mungkin fokus pada SKU, harga terendah atau perluasan jangkauan. Kami membangun infrastruktur untuk fokus pada kualitas produk dan pelanggan kami dengan cara itu.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menarik bagi konsumen dalam artian Segari berani memberikan kualitas dan konsistensi pada produknya dengan harapan konsumen tertarik membeli pada produk di toko sayur *online* merek Segari.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pada Toko Sayur *Online* Merek Segari”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dikemukakan, maka penulis paham akan rumusan masalah yang akan disusun sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek segari?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek segari?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek segari?

4. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli pada sayur *online* merek Segari?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek Segari.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek Segari.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek Segari.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara bersama gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli pada toko sayur *online* merek Segari.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat tujuan penelitian ini yang dipaparkarkan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti, khususnya ilmu pemasaran tentang minat beli konsumen melalui pengolahan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai pentingnya memahami pengaruh gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan sumber informasi untuk menambah wawasan dan khususnya dibidang ilmu pemasaran dan sebagai sarana bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan sistematika penulisan pada penelitian ini berdasarkan bab demi bab untuk memudahkan dalam pembacaan sebagaimana ditulis seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab 1 ini peneliti mengulas perkara latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian serta yang terakhir adalah sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab 2 ini peneliti mengulas perkara literatur yang mendasari topik penelitian ini pada umumnya dan model konseptual penelitian pada umumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 ini peneliti mengulas jenis penelitian jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, alat instrumen penelitian, dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini peneliti mengulas hasil dan pembahasan deskripsi data, dan serta hasil olahan data.

BAB V PENUTUP

Pada bab 5 ini peneliti mengulas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN