

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Durian merupakan salah satu buah tropis yang cukup populer dan memiliki banyak penggemar di Indonesia. Tingginya minat masyarakat terhadap durian membuat usaha penjualan durian terus berkembang, baik dalam bentuk lapak tradisional maupun tempat penjualan yang lebih modern. Saat ini, konsumen tidak hanya mencari durian dengan rasa yang enak, tetapi juga mulai mempertimbangkan kualitas produk serta harga sebelum memutuskan untuk membeli.

Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki berbagai jenis buah lokal dengan potensi ekonomi yang cukup besar, salah satunya adalah durian. Buah durian dikenal memiliki cita rasa khas yang membuatnya memiliki banyak penggemar dari berbagai kalangan masyarakat. Tingginya permintaan terhadap durian mendorong berkembangnya usaha penjualan durian di berbagai daerah. Selain dijual secara tradisional, saat ini penjualan durian juga dikemas dalam konsep yang lebih modern untuk menarik minat beli konsumen. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa durian tidak hanya menjadi komoditas pertanian, tetapi juga menjadi bagian dari peluang bisnis yang menjanjikan. Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner khas lokal. Usaha penjualan durian terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. (Melati et al., 2025).

Konsumsi durian di Indonesia menunjukkan tren yang cukup tinggi, terutama di wilayah perkotaan seperti Bandung. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan keanekaragaman varietas durian yang melimpah, sehingga menjadikan buah ini memiliki nilai konsumsi yang cukup besar di masyarakat. Di Bandung, durian tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk buah segar, tetapi juga telah berkembang menjadi berbagai produk olahan seperti es krim, pancake, dan makanan penutup lainnya. Perkembangan ini menunjukkan bahwa durian tidak lagi sekadar komoditas musiman, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup kuliner masyarakat urban. Selain itu, meningkatnya daya beli masyarakat turut mendorong konsumsi durian dengan kualitas yang lebih baik. (Siregar et al., 2021)

Karakteristik durian yang unik, seperti rasa yang khas serta aroma yang kuat, menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingginya tingkat konsumsi buah ini. Durian juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena permintaannya yang stabil di pasar domestik. Di kota Bandung, perubahan pola konsumsi masyarakat menunjukkan adanya pergeseran dari sekadar pemenuhan kebutuhan menjadi bagian dari pengalaman konsumsi. Konsumen cenderung mencari variasi produk serta kualitas yang lebih unggul, sehingga mendorong berkembangnya tempat penjualan durian modern. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumsi durian berkaitan erat dengan perubahan perilaku konsumen di era modern. (Agung et al., 2023)

Perkembangan usaha penjualan durian yang semakin meningkat menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Pelaku usaha dituntut untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen agar mampu

bertahan dalam persaingan pasar. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa durian saja, tetapi juga memperhatikan kualitas produk serta harga yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen mengalami perubahan seiring dengan perkembangan pasar. Pelaku usaha harus mampu memberikan nilai lebih agar konsumen tertarik untuk membeli. Jika tidak mampu memenuhi harapan konsumen, maka konsumen cenderung beralih ke tempat lain. Penting bagi pelaku usaha memahami faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. (Pane et al., 2024)

Minat beli konsumen merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Minat beli konsumen menggambarkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Semakin tinggi minat beli konsumen, maka peluang terjadinya pembelian juga semakin besar. Sebaliknya, jika minat beli konsumen rendah, maka penjualan produk akan menurun. Pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Faktor tersebut dapat berupa kualitas produk, harga, promosi, maupun pelayanan. Namun dalam penelitian ini peneliti lebih fokus pada kualitas dan harga sebagai faktor utama. (Sulistyo et al., 2025)

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan harapan. Produk dengan kualitas yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga meningkatkan minat pembelian ulang. Sebaliknya, kualitas produk yang buruk dapat menurunkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu menjaga kualitas

produk yang ditawarkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peranan penting dalam menarik konsumen.(Aspizain Caniago & Agung Edi Rustanto, 2022)

Selain kualitas produk, harga juga menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Harga merupakan nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Konsumen biasanya akan mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian. Jika harga sesuai dengan kualitas produk, maka konsumen akan tertarik untuk membeli. Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi, maka konsumen cenderung mencari alternatif lain. Penetapan harga yang tepat sangat penting bagi pelaku usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.(Izza & Darmawan, 2025)

Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor yang saling berkaitan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen pada umumnya akan membandingkan kualitas produk yang diterima dengan harga yang harus dibayarkan. Apabila konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, maka minat pembelian akan meningkat. Sebaliknya, jika harga dianggap tidak sesuai dengan kualitas, maka konsumen cenderung tidak melakukan pembelian. pelaku usaha harus mampu menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut penting untuk diteliti secara bersamaan. (Mantong et al., 2024)

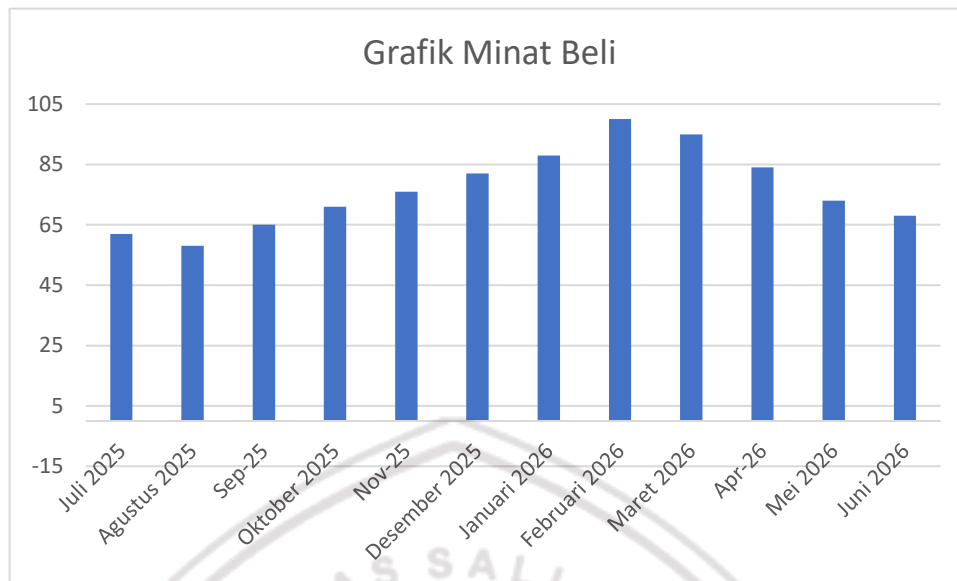
Dalam konteks penjualan buah durian, kualitas produk menjadi faktor utama yang diperhatikan oleh konsumen. Konsumen biasanya menginginkan durian dengan rasa yang manis, tekstur yang lembut, serta aroma yang khas. Selain itu, tingkat kematangan durian juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Apabila kualitas durian sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan memiliki minat untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya, jika kualitas durian tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa kecewa. Kualitas durian menjadi faktor penting dalam menarik minat beli konsumen. (Pratiwi Harahap & Salsabila, 2025)

Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan merupakan salah satu tempat penjualan durian yang menawarkan berbagai jenis durian dari berbagai daerah di Indonesia. Tempat ini menjadi salah satu alternatif bagi konsumen yang ingin menikmati durian dengan beragam pilihan. Selain itu, konsep penjualan yang lebih modern juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Namun, persaingan usaha durian yang semakin meningkat membuat pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan konsumen. Penting untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen membeli durian di tempat tersebut. Penelitian mengenai minat beli konsumen menjadi penting untuk dilakukan dalam kondisi tersebut. (Panjaitan, ctaviani; Hasibuan, Syahbudin; Safitri, 2023)

Dalam praktiknya, minat beli konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja. Konsumen biasanya mempertimbangkan berbagai aspek sebelum melakukan pembelian. Faktor kualitas produk dan harga menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian. Jika kedua faktor tersebut

terpenuhi, maka minat beli konsumen akan meningkat. Namun, jika salah satu faktor tidak terpenuhi, maka minat beli konsumen dapat menurun. Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen membeli durian perlu dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha. (Rikin et al., 2025)

Penelitian mengenai minat beli konsumen menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang mampu memberikan kepuasan sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan tersebut akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain. Dalam konteks penjualan durian, kualitas produk seperti rasa, tekstur, aroma, dan tingkat kematangan menjadi faktor yang sangat penting. Apabila kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan, maka minat beli konsumen akan meningkat. Kualitas produk perlu menjadi perhatian utama bagi pelaku usaha durian. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. (Mantong et al., 2024)



Gambar 1. 1 Grafik Minat Beli Konsumen

Sumber: www.eksplorasiduriannusantara.com

Berikut adalah data minat beli konsumen membeli durian selama periode 12 bulan terakhir berdasarkan data historis dan kebiasaan pasar buah musiman di Indonesia:

Berdasarkan hasil penjualan durian dalam 12 bulan terakhir minat Masyarakat terhadap durian menunjukkan pola yang cenderung meningkat menjelang musim panen dan mencapai puncaknya pada tahun 2026. Tingginya intensitas pencarian tersebut mengindikasikan bahwa durian masih menjadi salah satu komoditas buah yang banyak diminati oleh Masyarakat Indonesia. Maka dari itu, hal ini dapat digunakan sebagai indikator awal untuk mengukur perhatian dan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk karena mencerminkan perilaku pencarian informasi sebelum Keputusan pembelian dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peluang pasar durian masih terbuka luas sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan factor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen, terutama kualitas produk dan harga.

Penelitian mengenai kualitas produk dan harga terhadap minat beli telah banyak dilakukan pada berbagai jenis produk. Namun, penelitian yang fokus pada produk durian masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha durian dalam meningkatkan strategi pemasaran. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk serta menentukan harga yang sesuai. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli durian. Penelitian ini memiliki nilai penting untuk dilakukan. (Rikin et al., 2025)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. Metode kuantitatif digunakan karena mampu mengukur hubungan antar variabel secara objektif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli durian. Selanjutnya, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode statistik. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode kuantitatif dianggap sesuai dengan penelitian ini. Pendekatan kuantitatif juga sering digunakan dalam penelitian perilaku konsumen. (Ardyan et al., 2023)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas dan harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen membeli durian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen membeli durian. Penelitian ini dilakukan di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan

sebagai objek penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha durian dalam meningkatkan kualitas produk dan menentukan harga yang sesuai. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Dengan demikian, peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (studi kasus di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan)”.

Tabel 1. 1 Total Penskoran Variabel Kualitas Produk

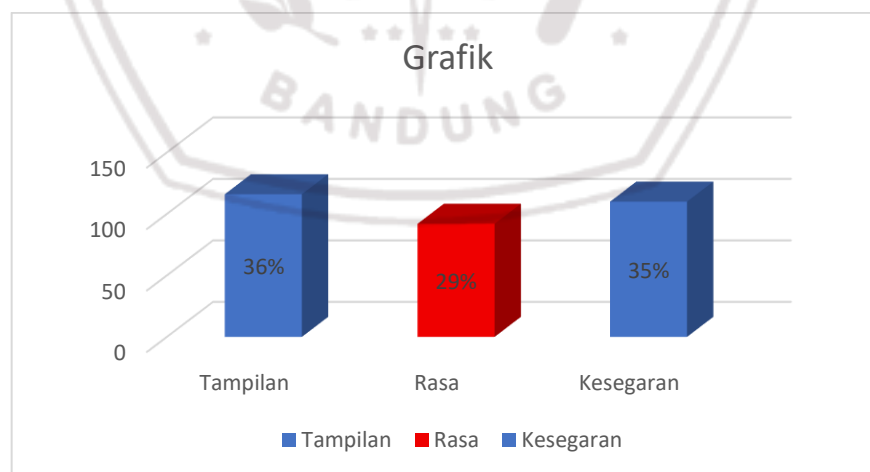
No	Indikator	Item	Pembobotan	Presentasi	Kategori
1	Tampilan	X1.1	116	36%	Baik
2	Rasa	X1.2	92	29%	Cukup
3	Kesegaran	X1.3	110	35%	Baik
Total			318	100%	Baik
Rata-rata			106		

Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel total penskoran variabel kualitas produk (X1), dapat diketahui bahwa seluruh indikator memperoleh penilaian dengan kategori baik. Hal ini terlihat dari nilai pembobotan masing-masing indikator, yaitu indikator tampilan dengan bobot sebesar 116 dan persentase 36%, indikator rasa dengan bobot sebesar 92 dan persentase sebesar 29%, dan indikator kesegaran dengan bobot sebesar 110 dan persentase sebesar 35%, dengan total skor keseluruhan mencapai 318 dan persentase sebesar 100%. Selain itu, nilai rata-rata sebesar 106 juga menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel kualitas berada pada kategori baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden menilai aspek kualitas sudah sesuai, baik dari segi tampilan, rasa, maupun kesegaran yang di peroleh, sehingga variabel kualitas menjadi salah satu faktor penting yang

mempengaruhi keputusan dalam memilih kualitas durian di eksplorasi durian Nusantara kota baru parahyangan.

Meskipun seluruh indikator pada variabel kualitas produk (X1) menunjukkan kategori baik, masih terdapat perbedaan nilai persentase antar indikator yang dapat menjadi perhatian. Indikator X1.2 memiliki nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya, yaitu sebesar 29%, yang mengindikasikan bahwa masih ada sebagian responden yang merasa aspek tertentu dari harga belum sepenuhnya optimal, seperti tampilan, rasa, atau kesegaran yang dibandingkan kompetitor. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha eksplorasi durian nusantara perlu tetap melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi kualitas agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan persepsi positif konsumen. Dengan pengelolaan kualitas yang tepat, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan serta memperkuat keputusan masyarakat dalam memilih kualitas durian tersebut.



Gambar 1. 2 Total Penskoran Variabel Kualitas
Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Grafik di atas menunjukkan persentase penilaian terhadap tiga indikator yaitu tampilan (X1.1), rasa (X1.2), dan kesegaran (X1.3), Berdasarkan data yang

terlihat diatas terdapat indikator yang tertinggi adalah tampilan dengan nilai bobot 116 dan presentase sebesar 36% sedangkan indikator terendah adalah rasa dengan bobot 92 dan presentase 29% yang belum optimal yang ditandai dengan grafik berwarna merah yaitu rasa sebesar 29% hal ini menunjukan bahwa indikator tersebut belum optimal, sehingga penulis berniat untuk menganalisa lebih lanjut.

Tabel 1. 2Total Penskoran Variabel Harga

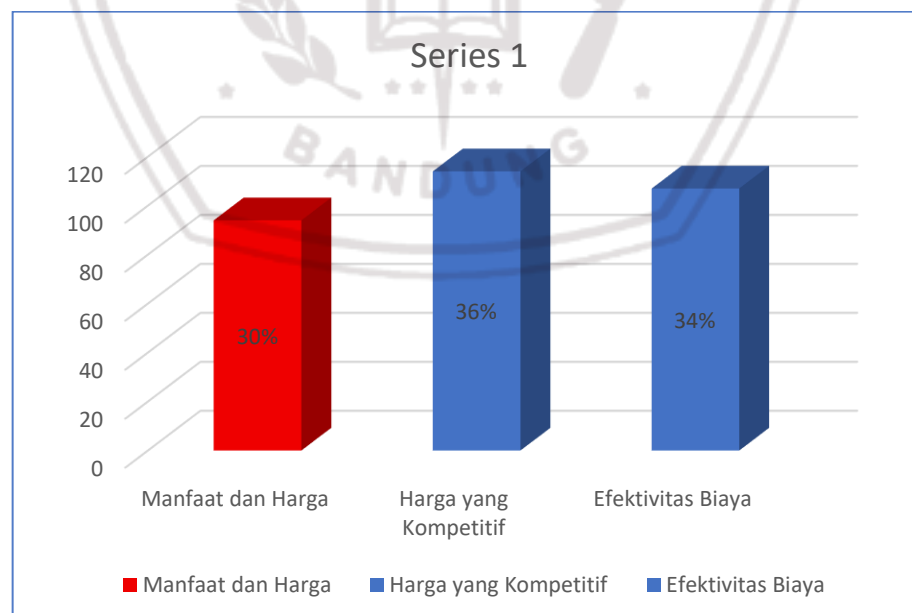
No	Indikator	item	Pembobotan	Presentasi	Kategori
1	Manfaat dan Harga	X2.1	94	30%	Cukup
2	Harga yang Kompetitif	X2.2	114	36%	Baik
3	Efektivitas Biaya	X2.3	107	34%	Baik
Total			315	100%	Baik
Rata-rata			105		

Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel total penskoran variabel harga (X2), dapat diketahui bahwa seluruh indikator memperoleh penilaian dengan kategori baik. Hal ini terlihat dari nilai pembobotan masing-masing indikator, yaitu indikator manfaat dan harga dengan bobot sebesar 94 dan persentase 30%, indikator harga yang kompetitif dengan bobot sebesar 114 dan persentase sebesar 36%, dan indikator efektivitas biaya dengan bobot sebesar 107 dan persentase sebesar 34%, dengan total skor keseluruhan mencapai 315 dan persentase sebesar 100%. Selain itu, nilai rata-rata sebesar 105 juga menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel kualitas berada pada kategori baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden menilai aspek harga sudah sesuai, baik dari segi manfaat dan harga, harga yang kompetitif, maupun efektivitas biaya yang di peroleh, sehingga variabel harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan

dalam memilih kualitas durian di eksplorasi durian Nusantara kota baru parahyangan.

Meskipun seluruh indikator pada variabel harga (X2) menunjukkan kategori baik, masih terdapat perbedaan nilai persentase antar indikator yang dapat menjadi perhatian. Indikator X2.2 memiliki nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya, yaitu sebesar 36%, yang mengindikasikan bahwa masih ada sebagian responden yang merasa aspek tertentu dari harga belum sepenuhnya optimal, seperti manfaat dan harga, harga yang kompetitif, atau efektivitas biaya yang dibandingkan kompetitor. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha eksplorasi durian nusantara perlu tetap melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi kualitas agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan persepsi positif konsumen. Dengan pengelolaan harga yang tepat, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan serta memperkuat keputusan pelanggan dalam memilih harga durian tersebut.



Gambar 1. 3 Penskoran Variabel Harga

Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Grafik di atas menunjukkan persentase penilaian terhadap tiga indikator yaitu manfaat dan harga (X2.1), harga yang kompetitif(X2.2), dan efektivitas biaya (X2.3), Berdasarkan data yang terlihat diatas terdapat indikator yang belum optimal yang ditandai dengan grafik berwarna merah yaitu manfaat dan harga sebesar 30% hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut belum optimal, sehingga penulis berniat untuk menganalisa lebih lanjut.

Tabel 1. 3Total Penskoran Variabel Minat Beli

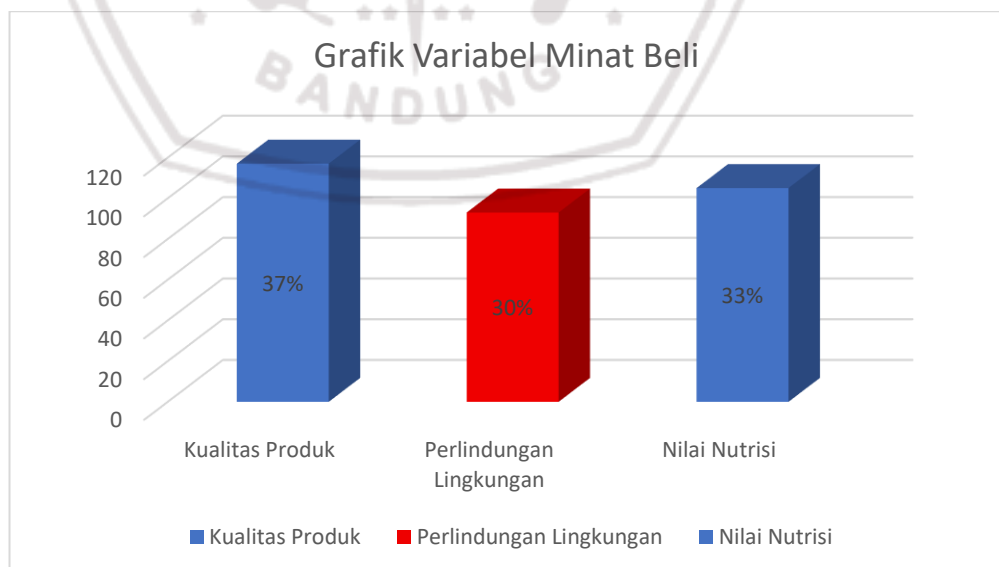
No	Indikator	Item	Pembobotan	Presentasi	Kategori
1	Kualitas Produk	Y1.1	117	37%	Baik
2	Perlindungan Lingkungan	Y1.2	93	30%	Cukup
3	Nilai Nutrisi	Y1.3	105	33%	Baik
Total			315	100%	Baik
Rata-rata			105		

Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Berdasarkan tabel total penskoran variabel kualitas (Y1), dapat diketahui bahwa seluruh indikator memperoleh penilaian dengan kategori baik. Hal ini terlihat dari nilai pembobotan masing-masing indikator, yaitu indikator kualitas produk dengan bobot sebesar 117 dan persentase 37%, indikator perlindungan lingkungan dengan bobot sebesar 93 dan persentase sebesar 30%, dan indikator nilai nutrisi dengan bobot sebesar 105 dan persentase sebesar 33%, dengan total skor keseluruhan mencapai 315 dan persentase sebesar 100%. Selain itu, nilai rata-rata sebesar 105 juga menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel minat beli konsumen berada pada kategori baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden menilai aspek harga sudah sesuai, baik dari segi kualitas produk, perlindungan lingkungan, maupun nilai nutrisi yang di peroleh, sehingga variabel minat beli konsumen menjadi salah satu faktor penting

yang mempengaruhi keputusan dalam memilih kualitas dan harga durian di eksplorasi durian Nusantara kota baru parahyangan.

Meskipun seluruh indikator pada variabel minat beli (Y2) menunjukkan kategori baik, masih terdapat perbedaan nilai persentase antar indikator yang dapat menjadi perhatian. Indikator Y1.2 memiliki nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya, yaitu sebesar 30%, yang mengindikasikan bahwa masih ada sebagian responden yang merasa aspek tertentu dari kualitas dan harga belum sepenuhnya optimal, seperti kualitas produk, perlindungan lingkungan, atau nilai nutrisi yang dibandingkan kompetitor. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha eksplorasi durian nusantara perlu tetap melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi minat beli konsumen agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan persepsi positif konsumen. Dengan pengelolaan harga yang tepat, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan serta memperkuat keputusan pelanggan dalam memilih kualitas dan harga durian tersebut.



Gambar 1. 4 Total Penskoran Variabel Minat beli
Sumber: Pengolahan Data Peneliti

Grafik di atas menunjukkan persentase penilaian terhadap tiga indikator yaitu kualitas produk (Y1.1), perlindungan lingkungan (Y1.2), dan nilai nutrisi (Y1.3). Berdasarkan data yang terlihat di atas terdapat indikator yang belum optimal yang ditandai dengan grafik berwarna merah yaitu perlindungan lingkungan sebesar 30% hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut belum optimal, sehingga penulis berniat untuk menganalisa lebih lanjut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya kesesuaian mutu produk, di mana daya tarik visual luar (tampilan) durian yang disajikan sudah sangat baik namun belum diimbangi oleh stabilitas konsistensi cita rasa buah pada setiap kali pembelian.
2. Belum optimalnya efektivitas biaya, yang ditandai dengan adanya persepsi sebagian responden bahwa pengorbanan finansial yang dikeluarkan belum proposional secara objektif dengan kepuasan manfaat rasa yang mereka terima kembali.
3. Fluktuasi atensi transaksional pelanggan, di mana minat beli masyarakat masih bergantung pada pergeseran tren hidrologis siklus musim panen komoditas buah lokal.
4. Adanya hambatan pada kenyamanan ekologis internal toko, berupa keluhan konsumen terkait tata kelola penanganan dan pengelolaan limbah kulit durian di area sekitar toko.

5. Meningkatnya eskalasi persaingan dari lapak tradisional dan sesama toko pesaing modern yang menuntut efisiensi strategi bauran pemasaran secara agresif.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas, maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dibatasi pada kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas.
3. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen dalam membeli durian.
4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan minimal pembelian durian 1 kali di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.

Sehingga melalui Batasan masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul ‘Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan)’.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk durian di Eksplorasi durian Nusantara Kota Baru Parahyangan
2. Bagaimana harga durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan
3. Bagaimana minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
5. Seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
6. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga secara Bersama-sama (simultan) terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk durian di Eksplorasi durian Nusantara Kota Baru Parahyangan
2. Untuk mengetahui bagaimana harga durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan
3. Untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga secara Bersama-sama (simultan) terhadap minat beli konsumen membeli durian di Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menjadi referensi mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen, khususnya pada produk durian.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Eksplorasi Durian Nusantara Kota Baru Parahyangan dalam upaya meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang telah dipelajari.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sejenis.

