

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi memiliki pengaruh yang kuat disegala dimensi kehidupan masyarakat. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan sosial baik secara positif maupun negatif. Seiring dengan penggunaan internet di dunia terutama di Indonesia perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat. Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Internet telah masuk ke pelosok negeri baik masyarakat yang tinggal jauh dari kota dapat memanfaatkan fasilitas internet. Jaringan sosial media internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan masyarakat dalam kehidupannya. Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signifikan.

Pesatnya kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Tingginya tingkat persaingan baik untuk produk yang serupa maupun produk yang berbeda menyebabkan konsumen bertindak selektif dalam melakukan keputusan pembelian. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk dapat mengikuti kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Pemasaran yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap

kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara sangat rinci untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, dan mengapa mereka membeli (Kotler & Amstrong, 2008:158)

Perusahaan Amanda Brownies berdiri sejak tahun 2000 memiliki kantor pusat di Jalan Rancabolang Bandung. Amanda brownies mengembangkan usahanya sampai memiliki cabang diseluruh Indonesia salah satunya di Jember. Amanda Brownies adalah salah satu perusahaan yang menjalankan bisnis kuliner dan lebih memfokuskan pada kue atau bakery dengan memiliki produk unggulan yaitu brownies kukus. Dalam persaingan industri makanan khususnya kue, ada satu jenis pangan yang banyak dilirik konsumen yaitu kue brownies. Kue jenis ini mudah disukai konsumen karena memiliki rasa coklat yang pekat dan tekstur yang lembut. Kue brownies juga bisa dinikmati oleh konsumen berbagai usia baik muda maupun tua. Dari segi produknya Amanda Brownies merupakan olahan makanan yang terbuat dari bahan baku tepung terigu suatu produk yang berasal dari Bandung yang semula hanya mengandalkan produksi brownies kukus original/chocolate, sekarang telah memproduksi brownies kukus dengan rasa yang beraneka ragam guna mengikuti perkembangan pasar dan selera konsumen. Berikut adalah varian produk brownies yang dibuat dan dijual oleh Amanda Brownies diantaranya original, banana biz, blueberry, chesee cream, choco marble, green marble, tiramisu marble, pandan srikaya, pink marble dan brownis bakar dengan harga mulai dari Rp. 36.000 – Rp. 64.000.

Pada dasarnya setiap perusahaan khususnya Amanda Brownies selalu menggunakan prinsip dari teori pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi yang dibaurkan untuk mendapat respons yang diinginkan dari pasar sasaran. Sebagian masyarakat saat ini lebih suka berbelanja *online* dibandingkan berbelanja melalui *catalog* maupun secara langsung, karena konsumen beranggapan bahwa dengan menggunakan perantara internet jauh lebih praktis dimana transaksi jauh lebih mudah tanpa harus bertemu langsung.

Berdasarkan latar belakang diatas akan dilakukan penelitian tentang “Pengaruh Pemasaran *Online*, *Catalog* dan *Offline* Terhadap Keputusan Pembelian Brownies di Toko Amanda Brownies Kabupaten Jember”, untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk Brownies Amanda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember ?
2. Apakah variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember ?
3. Berapakah nilai *Adjusted R Square* pada variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* terhadap variabel keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka dapat di uraikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis dan menguji variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan menguji variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember.
3. Mengetahui berapakah nilai *Adjusted R Square* pada variabel pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* terhadap variabel keputusan pembelian produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, maka dapat diuraikan manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* terhadap keputusan pembelian, serta untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan terkait pemasaran *online*, *catalog* dan *offline* yang ada pada perusahaan dan keputusan pembelian konsumen pada produk Amanda Brownies di Kabupaten Jember.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti lain sebagai informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya.