

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era revolusi ini perkembangan dan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan situasi pasar yang kompetitif membuat pasar tidak bisa bertahan lama tanpa didukung oleh bauran pemasaran yang efektif dan efisien. Hal ini menuntut produsen agar dapat menghadapi persaingan dan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tingginya permintaan kebutuhan konsumen ini menjadi peluang bisnis. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara selalu berinovasi dalam menemukan ide-ide baru yang dapat menarik atau mempertahankan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui bauran pemasaran yang diinginkan konsumen sehingga konsumen memutuskan pembelian produk, hal ini dilakukan perusahaan agar dapat membuat konsumennya merasa terpenuhi kebutuhannya sehingga perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Pemasaran merupakan aktivitas perusahaan untuk memperoleh, mengembangkan, dan mempertahankan konsumen, baik konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru. Tingkat keberhasilan perusahaan dapat dilihat melalui bauran pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dengan tepat.

Perilaku konsumen pada masa sekarang cenderung lebih sering berubah-ubah. Hal ini karena kemajuan ekonomi di negara-negara Asia, yang memberi dampak pada peningkatan pendapatan individual, sehingga konsumen pada masa sekarang lebih berorientasi pada nilai suatu produk dari pada harganya. Aktivitas perusahaan untuk memperoleh, mengembangkan, dan mempertahankan konsumen, baik konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru disebut dengan pemasaran. Tingkat keberhasilan perusahaan dapat dilihat melalui beberapa variabel pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dengan tepat. Di zaman modern ini pula terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dari pola hidup tradisional ke pola hidup modern serta kondisi masyarakat yang sibuk dan

lelah dengan kegiatan sehari-hari, hal ini mendorong masyarakat untuk membeli makanan yang mudah didapat, salah satu makanan yang mudah didapat yang ada di sekitar masyarakat adalah donat karena donat bisa dijadikan sebagai alternatif pengganti nasi yang sama-sama mengandung karbohidrat dan lebih simple serta mudah dijangkau. Saat ini donat tidak hanya menjadi makanan tradisional yang identik dengan kue berbentuk bulat dan diberi topping standar seperti meses dan keju, tetapi donat telah berkembang menjadi makanan yang memiliki tekstur lembut dan menarik dalam penampilan dengan topping yang bermacam-macam. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan yang berpotensi menjadi produsen donat, khususnya di area Jember terdapat banyak produsen yang menjual donat dan berlomba-lomba membuat inovasi produk donat sehingga persaingan penjualan donat sangat ketat. Salah satu perusahaan yang berinovasi dan memproduksi donat adalah Dopota yang membuat inovasi donat lebih modern.

Dopota adalah perusahaan yang memproduksi donat kentang. Donat kentang dibuat dari adonan tepung terigu, gula, telur, mentega, susu bubuk, ragi instan, kentang, air dan garam. Sehingga dihasilkan produk yang bertekstur lembut, empuk, berbentuk bulat dan gurih. Donat kentang bisa dibentuk dengan menyatukan kedua sisi adonan berbentuk persegi panjang hingga membentuk cincin atau menggunakan pemotongan otomatis yang sekaligus membuat lubang pada donat.

Dopota termasuk jenis usaha berbasis franchise, franchise sendiri adalah sistem distribusi dimana pemilik bisnis yang semi mandiri (terwaralaba) membayar iuran dan royalti kepada induk perusahaan perwaralaba untuk mendapatkan hak menggunakan merk dagang dan menjual barang serta sering kali menggunakan format dan sistem bisnis yang sama dengan induk perusahaan. Dopota mampu menjualkan produknya sebanyak 500-1000 pcs donat per harinya.

Hal yang paling utama yang harus diperhatikan dalam berbisnis adalah lokasi, agar mudah dijangkau konsumen. Lokasi perusahaan Dopota ini strategis yaitu terletak di tengah-tengah pusat kota Jember dan sekitar lembaga pendidikan yang mudah dijangkau yaitu beralamatkan di Jalan A. Yani Ruko No.2, Kepatihan, Jember. Dopota merupakan perusahaan yang menjual donat dengan dua pilihan

yaitu donat mini dan donat reguler. Dopota memberikan harga untuk donat mini yaitu per satunya donat mempunyai harga Rp. 3.000, dan donat reguler yaitu per satunya donat mempunyai harga Rp. 4.500. Konsumen di Dopota bisa membeli donat dengan berbagai varian rasa yaitu : Meses, Crispy Ball, Cappucino, Hazelnut, Oreo, Chocomaltin, Keju, Almond, Tiramisu, Cappucino, Karamel, Kacang, Gula Salju, Strawberry, Blueberry, Taro, Pisang, Mocca Kopi, Avocado, Green Tea, Melon, Anggur, Mangga, Selai Strawberry, Selai Anggur.

Sifat karakteristik produk merupakan sifat fisik yang melekat pada suatu produk. Karakteristik produk donat ini merupakan hal yang sangat mempengaruhi konsumen suka tidaknya terhadap produk olahan kentang. Karakteristik produk donat diantaranya sebagai berikut: Rasa, Harga, Kemasan.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari serangkaian proses pembelian yang sudah mengalami berbagai tahapan mulai dari mengenali masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada donat diDopota Kabupaten Jember, agar dapat memberi masukan terhadap toko Dopota tersebut terkait dengan variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembeliannya dan menciptakan strategi yang berkembang dan siap bersaing dengan kompetitor yang sejenis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Harga, Rasa dan Kemasan secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat di Dopota?
2. Apakah variabel Harga, Rasa dan Kemasan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian donat di Dopota?

3. Variabel analisis faktor-faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian donat di Dopota?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Menganalisis pengaruh secara serempak pada variabel Harga, Rasa dan Kemasan terhadap keputusan pembelian donat di Dopota.
2. Menganalisis pengaruh secara parsial pada variabel Harga, Rasa dan Kemasan terhadap keputusan pembelian donat di Dopota.
3. Menganalisis variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian donat di Dopota.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Donat di Dopota Kabupaten Jember:

1. Bagi Peneliti
Menambah pemahaman mengenai pengaruh harga, rasa dan kemasan terhadap keputusan pembelian donat dan sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan. Dan juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Perguruan Tinggi.
2. Bagi Perusahaan
Dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemilik usahadonat mengenai keputusan pembelian dari pengaruh harga, rasa dan kemasan.
3. Bagi Pembaca
Dari hasil penelitian ini nantinya pembaca diharapkan mendapatkan informasi terkait pengaruh harga, rasa dan kemasan terhadap keputusan pembelian donat dan mengetahui variabel manakah yang paling dominan.