

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam segala bidang. Hal ini menyebabkan persaingan dalam bisnis menjadi sangat ketat. Menjadi perusahaan konsisten yang dapat bertahan dalam suatu pasar dapat diukur dari penerimaan pasar yang terus-menerus menyesuaikan apa kebutuhan konsumen dan apa keinginan konsumen. Realitanya menjadi pebisnis yang bertahan dan konsisten dalam suatu pasar sangatlah susah, hal itu karena konsumen yang mempunyai banyak kebutuhan dan keinginan dalam aktifitasnya sehari-hari. Perusahaan harus mampu bersaing dan mempertahankan bisnisnya dalam persaingan yang sangat berat. Hukum atau peraturan pemerintah yang berubah-ubah secara cepat diharapkan perusahaan tetap mampu bertahan dan bersaing dalam kegiatan bisnisnya.

Hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang inovasi, seseorang harus jelas terlebih dahulu segmentasi dan target mana yang akan disasar. Selain tiap perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi, perusahaan juga diharapkan dapat memasarkan produk atau jasanya kepada calon konsumen, dengan tujuan agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. Tujuan pemasaran sendiri menurut seorang pakar teori manajemen terbuka Peter Drucker (Kotler 2003: 10) tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggannya. Idealnya, pemasaran harus memaksimalkan pelanggan yang siap membeli, yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu. Keputusan pembelian konsumen menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian konsumen sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk. Proses pengambilan keputusan

pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan dua atau lebih alternatif tindakan. Setelah perusahaan merumuskan strategi yang akan diterapkan dalam upaya meraih perhatian konsumen, maka membangun komunikasi yang baik kepada konsumen merupakan langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen dan harus dilakukan secara berkelanjutan

Roti hijrah jember merupakan Salah satu perusahaan industri yang mengelola hasil pertanian menggunakan bahan dasar tepung terigu ialah industri roti, industri ini sangatlah signifikan dalam kalangan masyarakat, hal ini karena sangat populernya roti pada saat ini. Dengan kesibukan masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan roti semakin tingg. Akan tetapi tidak semua industri roti memperoleh pangsa pasar yang begitu baik. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian disalah satu usaha industri roti yaitu Unit Usaha Roti “Hijrah” yang terletak di Kab. Jember.

Unit usaha industri Unit Usaha Roti “Hijrah” merupakan usaha roti yang berdiri sejak tahun 2016. Unit usaha Unit Usaha Roti “Hijrah” memiliki 1 pabrik yang berlokasi di Kab.Jember. Pada awalmulanya Unit Usaha Roti “Hijrah” ini melakukan pre order yang dimana konsumen melakukan pesanan dulu lalu baru dilakukan pembuatan produk sesuai pesanan konsumen. Lambat laun usaha Unit Usaha Roti “Hijrah” mengalami peningkatan dengan membuka sebuah outlet di Jember dengan menggunakan rombongan berjualan dipinggir jalan. Produk roti yang diproduksi Unit Usaha Roti “Hijrah” berbagai macam varian, varian-varian Unit Usaha Roti “Hijrah” ialah roti abon, roti pisang, roti coklat, roti sisir pandan, roti sosis keju, roti isi cokelat, dan roti isi keju. Dari segi industri ini termasuk kategori rendah dalam usaha industri yang dimana masih susah bersaing dengan outlet-outlet yang sudah berkembang seperti Roti Amanda, dll. Meskipun banyak outlet yang ternama di Jember Roti “Hjrah” masih konsisten dalam pangsa pasarnya. Namun, Unit Usaha Roti “Hijrah” wajib meningkatkan dan mempertahankan konsumennya. Untuk meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar perusahaan harus melakukan tindakan yang begitu bagus seperti meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dan lokasi yang begitu strategis.

Berdasarkan dari pembahasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah”. Peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di latar belakang diatas maka terdapat beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember ?
2. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember ?
3. Variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan tertentu yang hendak dicapai, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember
3. Untuk menguji dan menganalisis variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember. Maka manfaat yang diharapkan penelitian ini ialah :

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, juga sebagai tentang bagaimana perilaku konsumen dalam keputusan produk Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember.

2. Bagi Perusahaan

Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi dalam membeli produk Unit Usaha Roti “Hijrah” Jember.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai dasar referensi untuk penyusunan penelitian yang selanjutnya pada waktu yang akan datang, terutama untuk penelitian tentang pengaruh lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen.