

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju sering kali diikuti dengan kebutuhan masyarakat yang meningkat. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka banyak bermunculan usaha baru dengan persaingan usaha yang semakin ketat. Setiap pelaku usaha pada umumnya menginginkan usahanya berhasil. Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan adalah salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam dunia usaha sehingga produk yang dihasilkan mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Pelaku usaha dituntut untuk berinovasi dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Persaingan usaha yang semakin ketat mengharuskan pelaku usaha untuk menyusun sistem pemasaran yang baik. Alat ukur yang digunakan salah satunya adalah bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:92), bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi digabungkan untuk menghasilkan respons yang diinginkan pasar sasaran. Respons dari pasar sasaran tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen dapat melakukan penilaian terhadap salah satu atau lebih produk yang menjadi pilihan untuk dibeli, dengan beberapa pertimbangan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk merupakan suatu barang yang memiliki manfaat atau nilai-nilai yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Faktor utama untuk menciptakan suatu produk yaitu kualitas produk. Konsumen akan percaya terhadap produk jika kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut akan membuat konsumen memutuskan pembelian dan mengulanginya kembali. Sehingga, dengan adanya kualitas produk yang baik akan menentukan besar kecilnya harga yang ditentukan.

Harga merupakan faktor yang sangat penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan konsumen. Konsumen cenderung mencari

informasi mengenai harga suatu produk disuatu tempat dan membandingkannya dengan tempat lain. Penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus benar serta melihat jumlah besar kecilnya biaya-biaya yang ada pada saat menciptakan suatu produk agar jumlah keuntungan yang didapat oleh perusahaan menjadi maksimal.

Saluran distribusi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengelola produk dan menyalurkannya kepada para konsumen. Lokasi yang strategis merupakan lokasi yang mudah dijangkau oleh para konsumen. Dengan lokasi yang strategis tersebut maka dapat menguntungkan perusahaan.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan produknya kepada para konsumen. Dengan melakukan kegiatan promosi, akan mendapatkan keuntungan yaitu produk semakin dikenal oleh masyarakat luas sehingga meingkatkan penjualan. Promosi yang baik dapat meyakinkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Keempat variabel di atas dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan atas berbagai pilihan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan menggunakan beberapa pertimbangan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kebutuhan manusia yang paling utama adalah pangan. Menjamurnya kuliner yang berbahan dasar daging ayam, dari pinggir jalan hingga di pusat perbelanjaan membuat konsumsi daging ayam meningkat. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan total produksi daging ayam ras pedaging di Probolinggo pada tahun 2016 sebanyak 219.833.235 kg, pada tahun 2017 sebanyak 270.881.906 kg, dan pada tahun 2018 sebanyak 378.820.173 kg. Hal ini menunjukkan bahwa produksi daging ayam ras pedaging yang berada di Probolinggo naik hampir setiap tahunnya sehingga daging ayam ras pedaging ini masih sangat diminati oleh konsumennya.

Cafe Rooster merupakan salah satu cafe yang menjual makanan yang berbahan dasar ayam. Lokasi Cafe Rooster berada di Jl. Raya Pakuniran, Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo. Cafe Rooster berdiri pada tahun 2015. Penjualan pada Cafe Rooster tidak berpusat pada makanan yang berbahan dasar

ayam saja, tetapi masih banyak lagi makanan dan minuman lainnya. Ayam geprek nyinyir merupakan menu yang paling diminati dibandingkan menu makanan lainnya karena ayam geprek nyinyir merupakan menu yang sedang trend di semua kalangan. Ayam geprek nyinyir merupakan sajian ayam krispi yang dilengkapi dengan sambal bawang yang dibalurkan diatas ayam krispi. Sambal ayam geprek nyinyir menggunakan bahan baku yang masih segar, seperti bawang merah, bawang putih dan cabe yang diulek pada saat terdapat konsumen yang memesan ayam grepek nyiyir. Biasanya cabe yang digunakan sesuai dengan permintaan konsumen.

Cafe Rooster merupakan bisnis kuliner yang bisa dikatakan masih baru, tetapi memiliki jangkauan konsumen yang cukup luas dan mampu mempertahankan konsumen hingga saat ini. Hal tersebut diketahui dari jumlah ayam geprek nyinyir yang terjual pada Cafe Rooster. Pada setiap harinya, Cafe Rooster dapat menjual ayam geprek nyinyir tidak kurang dari 30 hingga 50 lebih porsi. Pada tahun 2020 Cafe Rooster dapat menjual ayam geprek nyinyir sebanyak 14.539 porsi dan pada tahun 2021 sebanyak 15.300 porsi. Harga yang ditawarkan oleh Cafe Rooster yaitu Rp 15.000. Selain produk dan harga yang terjangkau, Cafe Rooster juga memiliki lokasi yang strategis dan dekat dengan pusat keramaian sehingga memudahkan konsumen untuk mencapai lokasi. Promosi juga menjadi peranan yang penting bagi Cafe Rooster sehingga produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sejauh ini, Cafe Rooster dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin banyak.

Dalam upaya menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka Cafe Rooster harus mengetahui variabel apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen ayam geprek nyinyir dengan melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Nyinyir Pada Cafe Rooster Di Kabupaten Probolinggo, agar nantinya dapat memberikan saran dan masukan terhadap Cafe Rooster terkait dengan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diperoleh permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah variabel produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh secara serempak pada keputusan konsumen dalam pembelian ayam geprek nyinyir pada Cafe Rooster di Kabupaten Probolinggo?
2. Apakah variabel produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh secara parsial pada keputusan konsumen dalam pembelian ayam geprek nyinyir pada Cafe Rooster di Kabupaten Probolinggo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka diperoleh tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menguji variabel produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh secara serempak pada keputusan konsumen dalam pembelian ayam geprek nyinyir pada Cafe Rooster di Kabupaten Probolinggo.
2. Untuk menganalisis dan menguji variabel produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh secara parsial pada keputusan konsumen dalam pembelian ayam geprek nyinyir pada Cafe Rooster di Kabupaten Probolinggo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat mengenai strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh Cafe Rooster agar nantinya dapat dikenal luas dipasaran, serta dari hasil penelitian dapat sebagai dasar informasi untuk memenuhi dari kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori yang telah dipelajari sehingga dapat memperdalam

pengetahuan dan menambah wawasan serta pemahaman yang lebih baik terhadap bauran pemasaran.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan.