

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era revolusi ini 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.

Di zaman modern ini pola hidup masyarakat terjadi perubahan gaya hidup dari pola hidup yang tradisional ke pola hidup yang modern serta kondisi masyarakat yang sibuk dan lelah dengan kegiatan sehari-hari, hal ini mendorong masyarakat untuk membeli makanan yang praktis, salah satu makanan praktis yang ada di kehidupan 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 bulat dan diberi *topping* standar seperti meses dan keju, tetapi donat telah berkembang menjadi makanan yang bertekstur 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 Cafe & Donat yang membuat inovasi donat lebih modern.

Dopota Cafe & Donat 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 Cafe & Donut 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. Di Dopota Cafe & Donut 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 Cafe & Donut 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 Cafe & Donut merupakan perusahaan yang menjual donat dengan dua pilihan yaitu donat mini dan donat reguler. Dopota Cafe & Donut 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 Cafe & Donut bisa membeli donat dengan berbagai varian rasa yaitu : Meses, Crispy Ball, Cappucino, Hazelnut, Oreo, Chocomaltin, Keju, Almond, Tiramisu, Cappucino

Kacang, Gula Salju, Strawberry, Blueberry, Taro, Pisang, Mocca Kopi, Avocado, Green Tea, Melon, Anggur, Mangga, Selai Strawberry, Selai Anggur.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember, agar dapat memberi masukan terhadap toko Dopota Cafe & Donut 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 latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember?
3. Variabel bauran pemasaran manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Tujuan dalam melakukan penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara serempak bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis salah satu variabel bauran pemasaran yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan maka kegunaan penulisan penelitian ini adalah :

1. Bagi Pihak Lain

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk referensi tambahan peneliti selanjutnya dan bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Dapat membantu perusahaan dalam melakukan peningkatan atau evaluasi dalam memperbaiki pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada donat di Dopota Cafe & Donut Kabupaten Jember.