

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Faktor terpenting dalam sebuah usaha untuk mencapai sebuah keberhasilan salah satunya yaitu pemasaran, untuk mencapai keberhasilan produk perusahaan perlu menyesuaikan permintaan konsumennya. Pemasaran dapat dikatakan sebagai sebuah kegiatan yang terencana dilakukan oleh lembaga maupun organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang memiliki nilai jual. Pemasaran merupakan sebuah proses yang telah diterapkan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya, dengan cara mempersiapkan produk barang maupun jasa (Machfoedz, 2010:140). Perkembangan zaman membuat tren pasar terus mengalami perubahan, perusahaan berlomba untuk membuat ide dan inovasi dengan mengikuti tren agar tidak tertinggal oleh perkembangan zaman saat ini sehingga perusahaan akan tetap mengalami peningkatan dalam membangun usahanya. Perusahaan perlu paham mengenai faktor yang mempengaruhi konsumen saat mengambil suatu keputusan agar terus mengalami peningkatan sepanjang tahun.

Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membelian suatu produk yaitu atribut produk. Atribut produk dalam suatu usaha merupakan faktor yang dianggap penting oleh pembeli dan menjadi unsur andalan yang dapat menarik hati konsumen. Menurut Tjiptono (2008) *dalam* Firmansyah (2019: 12), atribut produk adalah unsur yang dianggap penting oleh konsumen, nantinya akan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan suatu keputusan. Atribut produk dapat meliputi merek, kemasan, jaminan atau mutu, dan pelayanan. Setiap perusahaan memiliki daya tarik masing-masing yang membedakan antara produk yang ditawarkan perusahaan, dengan produk sejenis yang sedang ditawarkan oleh perusahaan lain. Keputusan pembelian menjadi tahap akhir seseorang telah diyakini akan memuaskan dirinya dengan menentukan ketersediaanya untuk menanggung resiko saat membeli barang tersebut. Menurut Peter dan Olson

(1999:162) dalam Sangadji & Sopiah (2013:332), menyatakan jika keputusan pembelian konsumen (*consumer decision making*) merupakan suatu proses peleburan yang dapat mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua pilihan atau lebih dan dapat memilih salah satu diantaranya. Konsumen akan lebih memilih untuk mencari produk yang pas dengan kebutuhan mereka, salah satu contohnya adalah kue. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Patisserie adalah *Clairys Kitchen & Patisserie*.

Clairys Kitchen & Patisserie telah berdiri sejak tahun 2012, didirikan oleh Ko Ferry, *Clairys Kitchen & Patisserie* mengoprasikan penjualannya di Jl. A. Yani dan memiliki satu cabang di Kabupaten Jember tepatnya berada di Jember Roxy Square. *Clairys Kitchen & Patisserie* menjual menu makanan dan berbagai macam kue dan roti seperti kue *mini*, kue ulang tahun, *pie*, *chiffon*, spiku, brownies, roti kering, *opera cake*, *delice cake*, *sacher cake*, macaroon, roti bluder. Kue merupakan produk unggulan *Clairys Kitchen & Patisserie*, produk tersebut unggul karena memiliki bentuk yang unik dan menarik juga memiliki beberapa varian rasa seperti *redvelvet*, *strawberry*, *dark cerry*, *black forest classic*, *choco flourless*, *mocha*, milo, pandan, keju, *rustic green tea*. Tidak hanya itu, produk yang ditawarkan oleh *Clairys Kitchen & Patisserie* juga sering digunakan untuk acara formal maupun non formal contohnya seperti pernikahan, ulang tahun, tasyukuran, dan perasayaan lainnya. Harga kue yang ditawarkan *Clairys Kitchen & Patisserie* beragam sesuai dengan jenis dan ukuran kue dengan harga mulai dari Rp 15.000. Menurut manager *Clairys Kitchen & Patisserie* penjualan perharinya *Clairys Kitchen & Patisserie* terjual mencapai 100 potong kue.

Banyaknya pesaing bisnis *Clairys Kitchen & Patisserie* yang bermunculan diantaranya yaitu *GloVic*, *Holand*, *Sweet Pea*, *Conato*, *Nyonya Kecil Patisserie*, *Dhazt Mom Cake*, *Dalkom Keikue*, *Maroel Cake*. Banyaknya persaingan bisnis membuat perusahaan perlu melakukan perbaikan terhadap perusahaan dan mengembangkan inovasi-inovasi supaya kue *Clairys Kitchen & Patisserie* tetap diminati oleh pembelinya. Sebelum melakukan perbaikan dan inovasi terhadap perusahaan, perlu dilakukan observasi terhadap perilaku konsumen yang terfokus kepada kualitas produk, merek, kemasan, dan harga untuk mengetahui variabel

yang berpengaruh secara bersama-sama dan parsial di toko kue *Clairys Kitchen & Patisserie* serta yang dominan terhadap keputusan pembelian kue di *Clairys Kitchen & Patisserie*. Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat maka peneliti memberi judul skripsi: “Faktor Yang Mempengaruhi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue *Clairys Kitchen & Patisserie* Di Kabupaten Jember”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, ditemukan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel atribut kualitas produk, merek, kemasan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*?
2. Apakah variabel atribut kualitas produk, merek, kemasan, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*?
3. Variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan dalam pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis suatu variabel atribut kualitas produk, merek, kemasan, dan harga secara bersama-sama yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*.
2. Menguji dan menganalisis suatu variabel atribut kualitas produk, merek, kemasan, dan harga secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*.
3. Menguji dan menganalisis variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian yang telah diteliti dapat dijadikan masukan dan informasi bermanfaat bagi perusahaan kedepannya. Khususnya, dapat mengetahui mengenai variabel atribut produk yang belum sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Diharapkan dari penelitian ini perusahaan dapat melakukan mengembangkan suatu produk lebih mudah dan tepat sasaran.

2. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian yang telah dilakukan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perilaku konsumen dalam menentukan variabel mana dalam atribut kualitas produk, kemasan, merek, dan harga yang berpengaruh secara bersama-sama, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian kue *Clairys Kitchen & Patisserie*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat memberikan informasi kepada peneliti lain bahwa perusahaan ini dapat dijadikan sarana dalam pembelajaran secara ilmiah.