

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini kondisi perkembangan industri di Indonesia semakin meningkat sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang bermunculan. Salah satu industri yang terus berkembang adalah industri makanan. Kebutuhan manusia dalam pemenuhan makanan menempati urutan teratas, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Alasan tersebut menjadikan agroindustri sebagai faktor penarik dalam rangka pengembangan jenis produk tertentu, misalnya ubi kayu atau singkong. Singkong merupakan bahan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agribisnis dan agroindustri.

Tape merupakan salah satu bentuk olahan dari singkong yang banyak di produksi di Kabupaten Jember. Pengolahan singkong menjadi tape menjadi salah satu cara untuk meningkatkan nilai ekonomi dari singkong itu sendiri. Produk olahan tape menjadi makanan khas kota Jember yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh. Singkong merupakan hasil pertanian yang sangat terkenal di masyarakat begitu pula dengan pemanfaatannya yang dapat diolah menjadi olahan pangan seperti prol tape.

Memenangkan persaingan tidaklah mudah, setiap perusahaan harus menciptakan dan memberi nilai yang baik kepada setiap konsumen. Oleh karena itu disinilah pentingnya pemasaran atas suatu produk, berhasilnya suatu produk tersebut dipasaran tergantung dari peran pihak perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran. Pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga produk yang dipasarkan, kegiatan promosi produk dan lokasi untuk mendistribusikan produk, termasuk kepuasan yang dirasakan konsumen. Tujuan-tujuan tersebut yang akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Sebagaimana menurut Sutisna (2002:83) mendefinisikan bahwa citra merek adalah sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra merek adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pengertian dari citra merek sendiri yaitu persepsi konsumen terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui tentang perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula dihadapan orang. Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Selain citra merek, faktor lain yang menentukan keputusan pembelian adalah harga. Menurut Herlambang (2014:34) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan dalam perusahaan yang memiliki fungsi menciptakan keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan. Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

Faktor yang tidak kalah penting dalam keputusan pembelian adalah pemilihan lokasi. Menurut Sopiah dan Syihabudin (2008:98) area toko adalah area yang mengelilingi toko, dimana toko memiliki pelanggan-pelanggan utamanya lokasi toko adalah aspek penting dari strategi saluran pemasaran. Pada lokasi yang strategis, sebuah perusahaan akan lebih sukses dibanding perusahaan lain yang berlokasi kurang strategis. Lokasi akan menjadi tolak ukur konsumen untuk menjangkau jarak jauh dekatnya lokasi tersebut.

Salah satu industri makanan yang berkembang adalah prol tape. Prol tape merupakan makanan semi basah yang dibuat dengan pencampuran bahan secara bertahap dengan pemanggangan adonan, Prol tape bertekstur padat dan rasanya manis yang menjadi idola masyarakat yang menyukai olahan tape. Prol tape diminati masyarakat karena menjadi salah satu makanan yang sehat karena terbuat dari bahan baku utama yaitu tape singkong, dan tape singkong merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang mengalami proses peragian oleh mikroba atau

jasad renit tertentu, sehingga sifat- sifat bahan berubah menjadi enak dan sekaligus mudah di cerna . Salah satu produk prol tape yang diminati masyarakat adalah Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Kabupaten Jember.

Pusat oleh-oleh Sumber Madu merupakan salah satu pusat oleh-oleh yang diminati masyarakat khususnya di kota Jember. Pusat oleh-oleh Sumber Madu mempunyai beberapa macam produk makanan seperti prol tape, brownis tape, tape bakar, tape kemasan kotak, Suwar-Suwir (oleh-oleh khas Jember) dan aneka camilan lainnya. Produk prol tape adalah salah satu produk andalan yang dipasarkan pusat oleh-oleh Sumber Madu yang telah berdiri sejak tahun 1986, yang pusatnya berada di Jalan Gajah Mada no. 103, Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

Fenomena yang terjadi pada pusat oleh-oleh Sumber Madu yang berkaitan dengan citra merek yaitu prol tape “Sumber Madu” merupakan produk pertama dari pusat oleh-oleh Sumber Madu. Namun realitanya, produk yang lebih menonjol dari pusat oleh-oleh Sumber Madu adalah tape singkong. Hal ini menjadikan produk tape singkong lebih banyak dikenal masyarakat dibandingkan dengan prol tape. Fenomena lain yang berkaitan dengan harga prol tape yaitu harga yang dipatok memiliki selisih dibandingkan dengan produk sejenis namun produk prol tape “Sumber Madu” dapat menyaingi produk sejenisnya. Fenomena selanjutnya yaitu lokasi outlet dari Pusat oleh-oleh Sumber Madu berada di sekitar outlet pesaing produk sejenis.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini akan memfokuskan pada tiga variabel yaitu citra merek, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember. Sehingga mendorong peneliti untuk mengetahui variabel apa yang berpengaruh signifikan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah citra merek, harga, lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember?
2. Apakah citra merek, harga, lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian Prol Tape Sumber Madu pada pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember?
3. Faktor manakah yang dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis citra merek, harga, lokasi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Kabupaten Jember.
2. Untuk Menganalisis citra merek, harga, lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui faktor yang dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Prol Tape “Sumber Madu” pada Pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Prol Tape “Sumber Madu” di pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember.

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, juga sebagai pengetahuan tentang bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk Prol Tape “Sumber Madu” di pusat oleh-oleh Sumber Madu Kabupaten Jember.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel mana yang mempengaruhi keputusan konsumen sehingga perusahaan akan lebih mudah melakukan pengembangan produk.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai dasar referensi untuk penyusunan penelitian yang selanjutnya pada waktu yang akan datang, terutama untuk penelitian tentang pengaruh citra merek, harga, dan lokasi terhadap keputusan dalam membeli produk yang dihasilkan