

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia membutuhkan zat gizi untuk memenuhi kelangsungan hidupnya. Makanan bernilai gizi tinggi dapat dikonsumsi untuk memenuhi zat gizi yang diperlukan oleh tubuh manusia. Pada zaman modern ini, banyak masyarakat menyukai makanan cepat saji, salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan makanan cepat saji *so good* adalah *chicken wings*. Selain praktis, bergizi tinggi dan enak, menyebabkan *chicken wings* menjadi salah satu pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pangan. Bagian ayam yang dipakai sebagai bahan baku adalah bagian sayap ayam. Dengan penyajian yang praktis hanya tinggal menggoreng saja, serta rasanya lezat juga gurih menjadikan *chicken wings* sangat digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Produk *chicken wings* juga sangat mudah ditemukan di supermarket, swalayan yang ada di setiap wilayah di Indonesia.

Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan (Kotler dan Armstrong 2012). Kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan (Kotler dan Armstrong 2008).

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara memengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Rangkuti 2010). Saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses

yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler dan Keller 2010).

Pertumbuhan konsumsi terhadap produk hewani masyarakat menarik minat produsen pangan untuk memproduksi *frozen food*. *Chicken wings* merupakan bahan olahan hasil peternakan berupa daging ayam bagian sayap yang di olah dan di beri rasa pedas dengan bumbu sehingga konsumen hanya perlu untuk menggoreng untuk penyajian yang praktis.

Harga yang di tawarkan untuk produk *chicken wings* merek *so good* berkisar Rp. 39.000,- / pcs, dalam satu pcs memiliki berat 400g. Promosi yang dilakukan produk *chicken wings* merek *so good* melalui beberapa cara yaitu melalui media sosial *facebook*, mengadakan pameran di berbagai tempat, membagikan poster di warung, toko, dan membuat iklan yang ditayangkan di televisi. Distribusi *chicken wings* merek *so good* yaitu dipasarkan ke berbagai supermarket, minimarket, grosir. Produk *chicken wings* merek *so good* merupakan *frozen food* yang tergolong pabrikan yang mengambil segmentasi konsumen semua kalangan masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diketahui bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian *chicken wings* merek *so good* dengan melakukan penelitian tentang analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian *chicken wings* merek *so good* di dua supermarket di Jember yaitu golden dan giant market di kota Jember.

1.2 Rumsusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *chicken wings* merek *so good* di Golden dan Giant Market Jember?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk *chicken wings* merek *so good* di Golden dan Giant Market Jember.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan ataupun referensi untuk meningkatkan strategi pemasarannya.
2. Untuk pembaca, diharapkan penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan terhadap kualitas produk, harga, promosi, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk penulis, diharapkan penelitian ini bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang ilmu pemasaran.