

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha bisnis bakery dirasakan oleh sejumlah perusahaan semakin tinggi dikarenakan jumlah unit usaha bisnis serupa semakin banyak. Setiap perusahaan berupaya dalam meningkatkan volume penjualan agar pangsa pasarnya meningkat. Adanya perkembangan yang semakin pesat menuntut setiap perusahaan untuk menyesuaikan dan mengantisipasi apa keinginan dan kebutuhan konsumen (Alkurni dan Zuliarni, 2014). Penyusunan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar dapat menjadi salah satu solusi terbaik bagi perusahaan.

Perusahaan Fatimah Bakery Patrang Jember dirintis pada tahun 2008 dan memiliki total 4 outlet. Outlet Fatimah ini dibuka di Jl. Slamet Riyadi No. 30 Patarang Jember. Outlet-outlet Fatimah Bakery terletak dikawasan jl. Sumatra, Talangsari dan Rambli Puji. Roti Fatimah Bakery banyak digemari oleh masyarakat Jember maupun masyarakat luar kota Jember terutama untuk kalangan menengah kebawah karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau dibanding dengan roti-roti lainnya yang berada didaerah Jember. Fatimah Bakery memiliki banyak macam roti dan rasa-rasa yang bervariasi, selain menjual roti perusahaan juga menerima pesanan dari pelanggan seperti kue tart dan kue gulung untuk acara-acara tertentu.

Jumlah konsumen Fatimah Bakery pada tahun 2020 sebanyak 11.949 dengan rincian bulan Januari-Juni mengalami peningkatan dari 950-998 pada bulan Juli-Agustus mengalami penurunan dari 984-978. Pada bulan September-Oktober mengalami peningkatan dari 989-997 dan untuk bulan Oktober ke November mengalami penerunan sebanyak 12 konsumen menjadi 985. Terakhir Bulan November ke Desember mengalami peningkatan dari 985 menjadi 999. Data diatas menunjukkan bahwa jumlah konsumen berubah-ubah setiap bulannya.

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dalam sebuah usaha,bisnis apapun yang dijalankan, pemasaran tetap menjadi suatu hal yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan.Pemasaran juga memiliki arti yang lebih luas dibandingkan dengan penjualan, dimana pemasaran mencakup usaha

perusahaan yang mulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang harus terpenuhi, menentukan produk yang akan diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan lokasi yang tepat untuk mencapai target. Menurut Kotler dan Keller (2009:5), “Inti dari pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.” Penjualan dan menentukan cara promosi serta penyaluran produk hingga sampai di tangan konsumen”.

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan salah satu bentuk upaya untuk meningkatkan daya pikat pelanggan sehingga membeli produk suatu perusahaan. Bauran pemasaran juga merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang digunakan perusahaan yang terdiri dari *product* (produk), merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. *price* (harga), merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa *place* (tempat), merupakan sekumpulan organisasi yang bergantung satu sama lain dan terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi *promotions* (promosi), merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasa. penggunaan strategi *marketing mix* dapat mengembangkan, menjaga stabilitas penjualan, dapat berdaya saing dan melaksanakan rencana pemasaran yang sukses untuk terus dapat bersaing dengan perusahaan sejenis yang memiliki produk serupa. Menurut Rangkuti (2002:149) “apabila kita sudah menemukan target *market* dan menentukan *positioning* yang tepat untuk produk yang kita hasilkan, tahap selanjutnya adalah menentukan bauran pemasaran. Dengan melakukan bauran pemasaran kita dapat mencapai target market yang sesuai dengan pembeli potensial.”

Kepuasan konsumen menjadi peran yang sangat penting dalam pembelian suatu produk dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat kepuasan seorang pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja dengan harapannya. Menurut Nitisemito (1991) harga adalah nilai suatu barang / jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut / perusahaan bersedia melepas barang / jasa yang dimiliki oleh pihak lain. Adanya kesesuaian barang / jasa yang dimiliki oleh pihak lain. Adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi konsumen. Kualitas atau manfaat yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut, konsumen akan merasa tidak puas yang dapat berakibat meninggalkan perusahaan dan akan menjadi konsumen pesaing.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga yaitu: kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan manajer dan pengawasan pemerintah (Swasta dan Irawan, 2007). Visi dari Fatimah Bakery adalah menjadi pilihan yang utama bagi konsumen dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan roti dan kue dengan produk yang berkualitas, menyehatkan dan harga terjangkau. Sedangkan misinya yaitu menggunakan bahan-bahan yang berkualitas serta menghasilkan produk dengan memperhatikan kesehatan, citra rasa dan keindahan demi kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik memilih tugas akhir dengan judul **“PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA FATIMAH BAKERY DI KECAMATAN PATRANG KABUPATEN JEMBER”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang meliputi harga, produk, lokasi dan promosi secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan roti Fatimah Bakery Patrang Jember.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh produk, harga, lokasi, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Fatimah Bakery di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember, agar dapat memberi masukan terhadap toko Fatimah Bakery tersebut

terkait dengan variabel mana yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian dan menciptakan strategi yang bersaing dengan kompetitor yang sejenis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Apakah produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
3. Variabel bauran pemasaran manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

Tujuan dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara serempak produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery UD Patrang Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery UD Patrang Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis salah satu variabel produk, harga, lokasi & promosi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery UD Patrang Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan maka manfaat penulisan penelitian ini adalah:

1. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk referensi tambahan penelitian selanjutnya dan bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Dapat membantu perusahaan dalam melakukan peningkatan atau evaluasi dalam memperbaiki pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Fatimah Bakery di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.